

**ANALISIS PENGARUH *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION MARKETING*,
SOCIAL MEDIA MARKETING DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus Generasi Zilenial di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

HANUN IHDA ASYHFIA
NIM. 2017202117

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

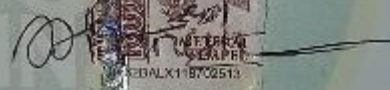
PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanun Ihda Asyhfia
NIM : 2017202117
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing*, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah (studi kasus generasi milenial di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 13 September 2024
Saya yang menyatakan,


Hanun Ihda Asyhfia
NIM. 2017202117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaiwu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION MARKETING,
SOCIAL MEDIA MARKETING DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM PADA BANK SYARIAH (Studi
Kasus Generasi Zilenial di Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Hanun Ihda Asyfhia NIM 2017202117** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 03 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji


Rini Meliana, S.E., M.Ak.
NIP. 19940713 202012 2 016

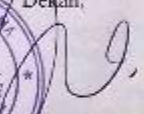
Pembimbing/Penguji


Safrina Muathid, S.E., M.Si.
NIP. 19921230 201903 2 026

Purwokerto, 8 Oktober 2024

Mengesahkan
Dekan,




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto di Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Hanun Ihda Asyfhia NIM 2017202117 yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION MARKETING, SOCIAL
MEDIA MARKETING DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
MINAT MASYARAKAT MUSLIM PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus Generasi Zilenial di Purwokerto)**

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 20 September 2024
Pembimbing.

Safrina Muarifah, S.E., M.Si
NIP. 199212302019032026

MOTTO

“Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Dia sebaik-baiknya pelindung.”

-Q.S Ali Imran: 173

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”

-HR. Ahmad

“Bingung itu penting, barokahnya bingung orang tidak menjadi sombong dan tidak merasa paling tahu, karena segala sesuatu harus dipikirkan dan dikaji dulu secara mendalam”

-Gus Baha

“kekayaan terbesar bangsa adalah manusianya bukan sumberdaya alamnya”

-Anies Rasyid Baswedan

“Segala sesuatu yang baik; selalu datang di saat terbaiknya. Persis waktunya. Tidak datang lebih cepat, pun tidak lebih lambat. Itulah kenapa rasa sabar harus disertai keyakinan.”

-Tere Liye

“Cara berpikir seseorang dapat mempengaruhi kehidupannya. Untuk hidup yang baik diperlukan ilmu dan pengetahuan untuk mengelolanya.”

-Hanun Ihda

Analisis Pengaruh Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah (Studi Kasus Generasi Zilenial di Purwokerto)

Hanun Ihda Asyhfia

2017202117

E-mail : hanunihda33@gmail.com

Program Studi Perbankan syariah
Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri(UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Indonesia menjadi negara yang memiliki populasi mayoritas umat Islam dengan jumlah 87,7% masyarakatnya beragama Islam. Idealnya masyarakat muslim lebih memahami dan sudah tidak awam lagi dengan kegiatan transaksi yang sesuai syariah. faktanya Pangsa pasar bank syariah hanya sebesar 6,18% di tahun 2020. Hal ini berhubungan dengan *market share* bank syariah dan tingkat literasi keuangan syariah masyarakat muslim di Indonesia masih rendah. Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia di tahun 2022 hanya sebesar 9,13 %. Masyarakat muslim masih minim literasi keuangan syariah awam dengan berbagai istilah dan produk di bank syariah. *Search engine optimization* memperoleh 41,0% dan *social media marketing* sebesar 37,6% yang merupakan dua alat *digital marketing* yang paling banyak digunakan untuk melakukan pencarian produk atau brand ini menjadi solusi untuk masalah diatas. Penelitian ini berhubungan dengan digital marketing , generasi Zilenial disebut sebagai generasi digital oleh karena itu dijadikan sebagai obek penelitian ini.

Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel berjumlah 121 responden gen Z di Purwokerto. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sample* dengan rumus Lemeshow. Data diolah menggunakan uji analisis linier berganda menggunakan alat bantu SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *search engine optimization marketing* tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. *Social media marketing* dan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. Secara simultan *search engine optimization marketing*, *social media marketing*, dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim gen Z di Purwokerto yang Implikasinya masyarakat muslim yang belum mengetahui dan mengenal bank syariah menjadi tertarik hingga memutuskan dan berminat pada bank syariah berdasarkan pengetahuan literasi keuangan syariah maupun lewat *marketing* dari sosial media dan juga pencarian lewat *keyword* di *search engine*.

Kata kunci: *Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing, Literasi Keuangan Syariah, dan Minat Masyarakat Muslim, Bank Syariah*

Analysis of the Influence of Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing, and Islamic Financial Literacy on Muslim Community Interest in Islamic Banks (Case Study of the Zilenial Generation in Purwokerto)

Hanun Ihda Asyhfia

2017202117

E-mail : hanunihda33@gmail.com

Study Program of Islamic Banking Islamic
Economic and Business Faculty

State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Indonesia is a country with a majority Muslim population with 87,7% of the population being Muslim. Ideally, Muslim society understands more and is no longer unfamiliar with sharia-compliant transaction activities. In fact, the number of Muslims people who use Islamic banks is not half of conventional banks. The *market share* of sharia banks was only 6,18% in 2020. This is related to the *market share* of Islamic banks and the level of Islamic financial literacy of Muslim society in Indonesia is still low. The level of Islamic financial literacy in Indonesian society in 2022 will only be 9,13%. The Muslim community still has minimal Islamic financial literacy with various terms and product in Islamic banks. Search engine optimization obtained 41,0% and social media marketing 37,6% which are the two most widely used digital marketing tools to search for product or brands are the solution to the above problems. This research is related to digital marketing. The Zilenial generation is referred to as the digital generation therefore it is used as the object of this research.

The type of research uses a quantitative approach, with data collection techniques using questionnaires. The sample consisted of 121 Gen Z respondents in Purwokerto. The sampling technique is a purposive sample with the Lemeshow formula. Data is processed using multiple linear analysis tests using SPSS 25 tools.

The results of this study indicate that search engine optimization *marketing* does not affect the interest of the Muslim community in Islamic banks. Social media *marketing* and Islamic financial literacy affect the interest of the Muslim community in Islamic banks. Simultaneously, the independent variables in this study have a significant effect on the interest of the Muslim community Gen Z in Purwokerto, which implies that Muslim communities who do not yet know and recognize Islamic banks become interested and decide and are interested in Islamic banks based on knowledge of Islamic financial literacy and through *marketing* from social media and search engine.

Keywords: Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing, Islamic Financial Literacy, Muslim Community, Interest, Sharia Banks

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan syukur kepada Allah SWT, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Ahmad Sururi dan Ibu Laely Khanifah keberuntungan terbesar dari Allah menganugrahkan Umi dan Abah sebagai orangtua penulis. Atas doa restunya dan telah memberikan dorongan terbaiknya dan banyak berkorban dengan ikhlas sehingga penulis dapat termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua adik penulis, Muhammad Aniq Dzamir dan Hawwin Allayas Safar yang sholeh dan sholehah. harapannya di masa depan kalian berdua bisa melapui mba untuk menjadi lebih baik.
3. Dosen Pembimbing Ibu Safrina Muarrafah, S.E., M.Si yang luar biasa telah meluangkan waktunya dengan sabar, telaten, teliti, dan menyenangkan dalam membimbing.
4. Ibu Nyai. Hj. Dra. Nadhiroh Noeris selaku Pengasuh Pondok Pesantren Al Hidayah yang telah memberikan ilmu, motivasi, nasihat dan do'a selama di pondok.
5. Untuk semua teman-temanku yang telah bertahan sejauh ini membersaiku selama 4 tahun menciptakan pengalaman luabiasa baik yang.

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Menyebut nama Allah yang memiliki sifat Maha Pengasih dan Maha Penyayang pada seluruh makhluknya, segala puji syukur dipanjatkan atas ridho Allah SWT yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh *Search Engine Optimization Marketing*, *Social Media Marketing* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah”. Penulisan Tugas Akhir ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Pofesor Kyai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai jika hanya mengandalkan diri sendiri penulis tanpa bantuan, dukungan dan doa pihak lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Banyak dedikasi orang-orang yang mdendukung kelancaran pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis secara khusus mengucapkan banyak terimakasih kepada:

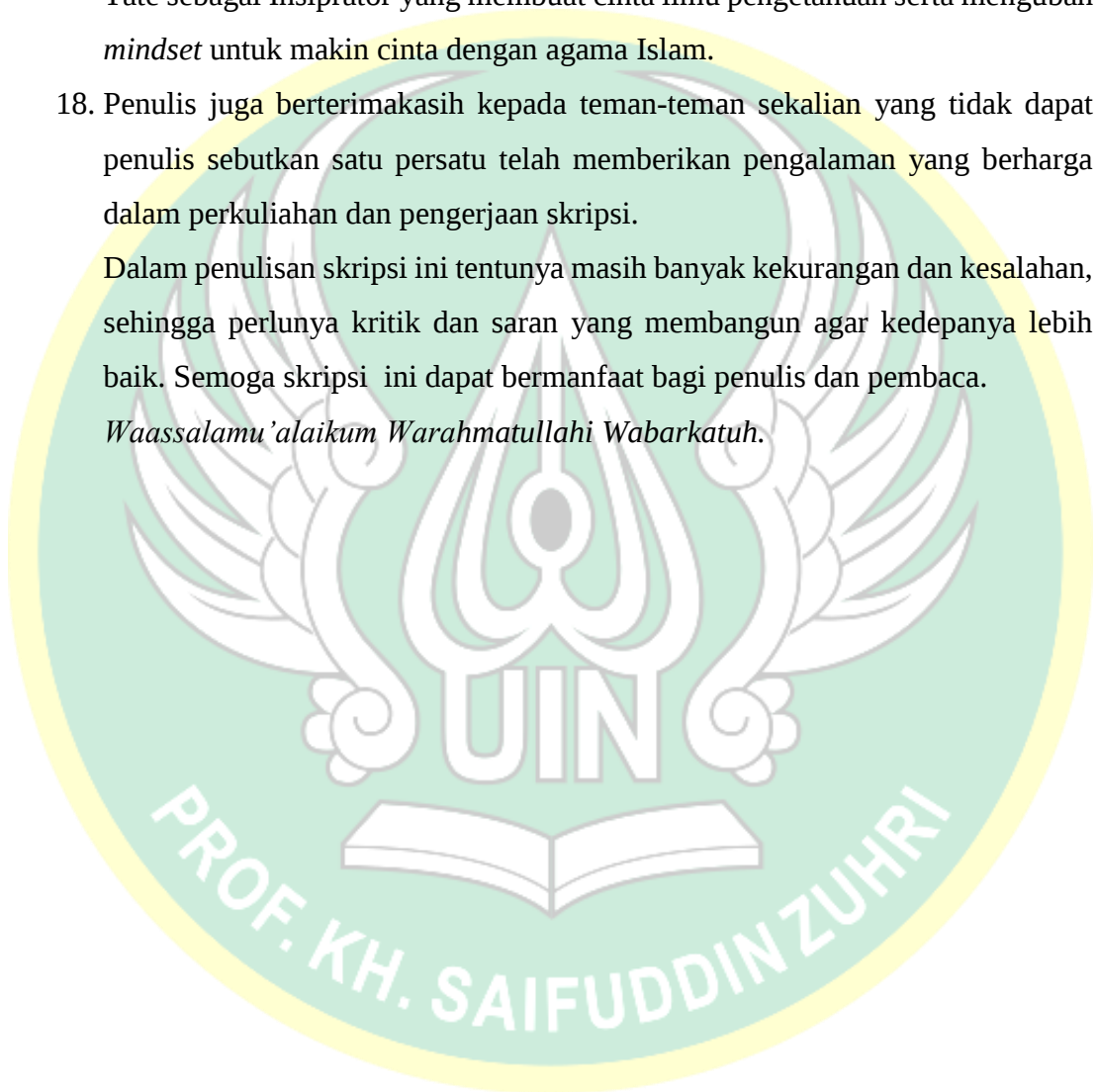
1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Bapak Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ibu Hastin Tri Utami, M.si., Ak selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Ibu Safrina Muarrafah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sabar, telaten, teliti, dan menyenangkan dalam membimbing. Juga telah memberikan pengetahuan, ilmu, motivasi dan semangat sehingga menjadi salah satu faktor penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama berkuliah.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Ahmad Sururi dan Ibu Laely Khanifah atas doa restunya dan telah memberikan dorongan terbaiknya dan banyak berkorban dengan ikhlas tanpa pamrih sehingga penulis dapat termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua adik penulis, Muhammad Aniq Dzamir dan Hawwin Allayas Safar yang sholeh dan sholehah. harapan di masa depan kalian berdua bisa lebih baik dari kakaknya.
9. Nyai. Hj. Dra. Nadhiroh Noeris selaku Pengasuh Pondok Pesantren Al Hidayah Karangsucu yang telah menerima menjadikan penulis sebagai santrinya.
10. Segenap Asatid dan astidzah yang telah menularkan ilmunya selama di pondok.
11. Seluruh sahabat sekamarku di pondok Pipeng, Alda, Putri, Arin, Jeki, Nadhira, Ajeng, Tika, Nita, Hadya, Sefti, Ami, Fina, Wiji, Febri, Nayla, Afi, Zahra, Mba Milkha, Mba Aftina, Mba Halimah, Mba Fita, Mba Alep, Mba rozikoh, Mba Okta, Mba Mala, Mba Jao, Mba Nada, Mba Pretty, Mba Rizka, Mba Toriq yang telah mendampingi juga menghadapi suka dan duka bersama-sama. Semoga saling jadi saksi di akhirat nanti sebagai teman yang pernah mengaji bersama.
12. Untuk seluruh teman Pebankan Syariah C khususnya “*Kami Sukses*” Andep, Dea, Arlita, Nisa, Devi yang membersamai menjadi patner kampus yang saling membantu dan mensuport.
13. Untuk teman “*Fosil Alhid*” Ica, Indy, Pipeng yang telah menjadi patner sambat di pondok sehingga penulis dapat mengurangi stress.
14. Untuk teman “*Grup Sumsang*” Ofi, Qibthi, Alifia, Zidni, Haedar, Fikzal, Bagus, Zein yang menjadi kawan setia dari SD hingga sekarang.
15. Untuk teman SMP Syifa, Fira, Ratna, Nanda, Mala, Asha, Adel, Rizka, Annisa, Fitri, Rida dan lainnya yang masih menjaga hubungan dengan sangat baik hingga ini.

16. Untuk teman KKN di desa Kauman dan teman PPL di Pegadaian Lisa, Winda, Jihan, Arum, Nida, Ainun, Sofi, Ipul, Andika, Lutfi, dan Affan yang telah memberikan pengalaman yang luar biasa.
17. Gus Baha, Ustadzah Oki Setiana Dewi, Dr. Zakir Naik, Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, Anies Baswedan, TereLiye, Nouman Aali Khan, Andrew Tate sebagai Inspirator yang membuat cinta ilmu pengetahuan serta mengubah *mindset* untuk makin cinta dengan agama Islam.
18. Penulis juga berterimakasih kepada teman-teman sekalian yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu telah memberikan pengalaman yang berharga dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan, sehingga perlunya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Waassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh.



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ĥ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفظ	Ditulis	Zakât al-fitr
----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf gomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	Zawî al-furûd
------------	---------	---------------

DAFTAR ISI

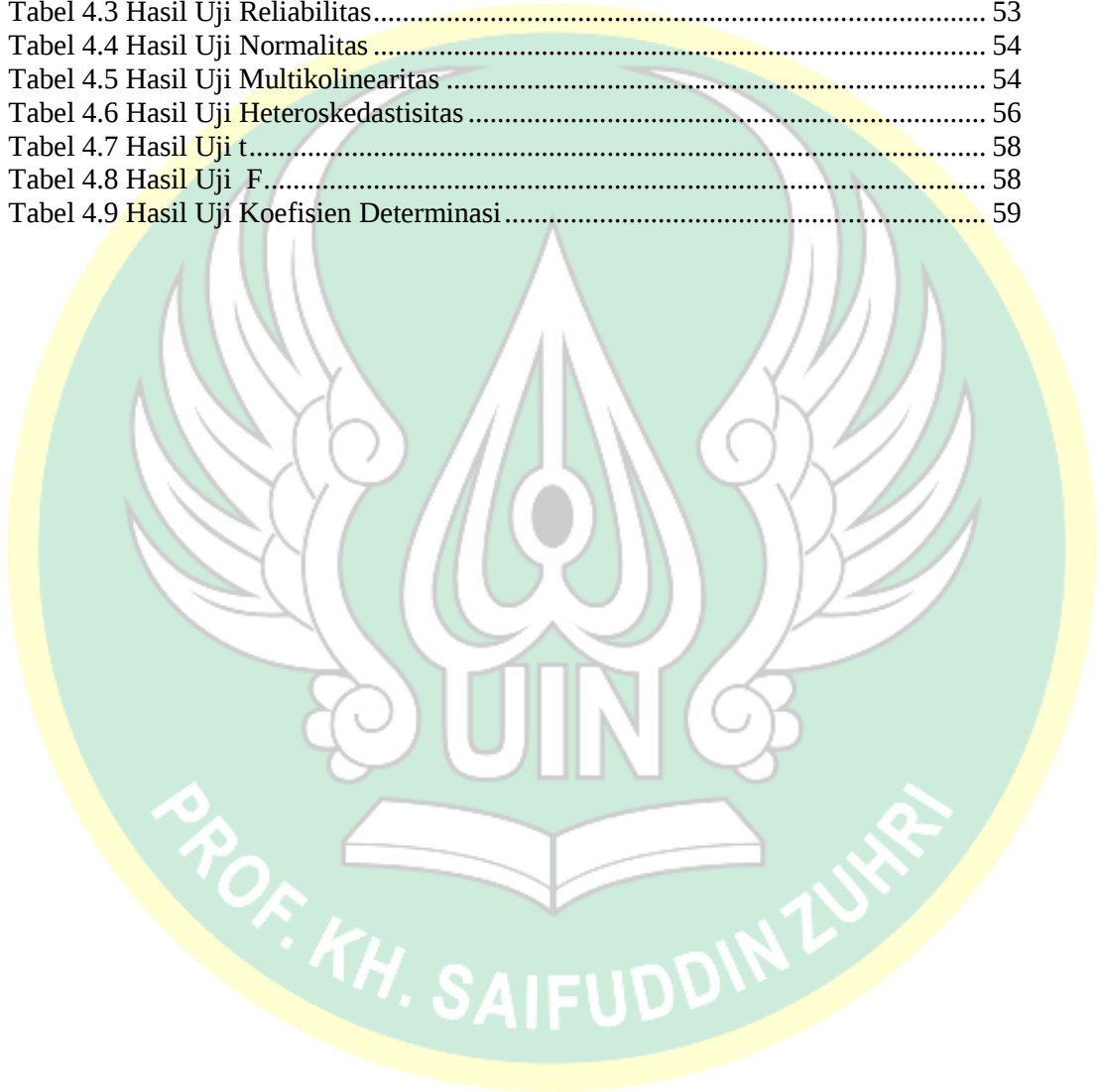
PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kajian Pustaka	14
a. Penelitian terdahulu	14
B. Kerangka Teori	17
a. Grand Teori	17
b. Landasan Teologis	25
c. Model Penelitian	26
C. Rumusan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Tempat Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
D. Variabel dan Indikator Penelitian	33
E. Pengumpulan Data Penelitian	36
a. Sumber Data Penelitian	36
b. Instrumen Penelitian	36
F. Analisis Data	37
a. Method Of Succesive Interval (MSI)	38
G. Uji Persyaratan Instrumen	38
H. Uji Asumsi Klasik	39

I. Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum.....	45
B. Temuan Hasil Penelitian	47
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Implikasi Hasil Penelitian	67
C. Keterbatasan Penelitian	68
D. Saran.....	68
Daftar Pustaka	70
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	34
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Jumlah Kuisioner	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji t	58
Tabel 4.8 Hasil Uji F	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase <i>Market share</i> Bank Syariah.....	3
Gambar 1.2 Daftar Pencarian Produk,	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Agama Responden.....	47
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Domisili Responden.....	48
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Responden Yang Memiliki Gadget.....	48
Gambar 4.4 Usia Responden.....	49
Gambar 4.5 Status Responden.....	50



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah dalam praktiknya memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri dari bank konvensional. Membuka jalan bagi masyarakat muslim untuk mengikutinya. Keunikan bank syariah salah satunya diperbolehkannya nasabah non muslim, ini membuktikan sifat keterbukaannya tidak hanya pada nasabah muslim aja tetapi membuka peluang yang sama pada seluruh nasabahnya. Transaksi dan aktifitas di dalamnya selalu berdasarkan syariat Islam agar menjadi halal. Seperti kalam Allah yang tertulis di dalam Al-Qur'an, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin”. (QS. Al-baqarah(2) ayat:278).

Ayat ini menjelaskan tentang perintah pelarangan riba. Bank syariah dalam praktiknya tidak menggunakan sistem bunga, melainkan menggunakan sistem nisbah dan bagi hasil, serta menggunakan akad-akad syariah yang sesuai dengan prinsip Islam (Alam & Lubis, 2021).

Keunikan lainnya terletak pada produk-produk yang diberikan semua produknya berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah memiliki produk-produknya diantaranya menggunakan sistem kerja sama (mudharabah dan musyarakah), sewa menyewa (ijarah), jual beli (murabahah, salam, dan istishna) dll (Nuraini et al., 2023).

Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank menurut hukum Islam mempunyai fungsi utama seperti menyalurkan dana masyarakat melalui metode penyetoran langsung, penarikan, dan penukaran dengan memanfaatkan prinsip murabahah (investasi dan bagi hasil) wadi'ah yad dhimanah (titipan). Kemudian menyalurkannya kembali dana yang diperoleh kepada masyarakat dalam berbagai bentuk skema pembiayaan,

seperti jual beli/ albay (murabahah, salam, dan istishna), sewa (ijarah) dan bagi hasil (musyarakah dan mudharabah). Produknya, yaitu jasa yang bersifat berbayar seperti hiwalah (pengalihan piutang), rahn (gadai), qardh (piutang), dan wakalah (perwakilan, kaeagenan) (Dahlan et al., 2024).

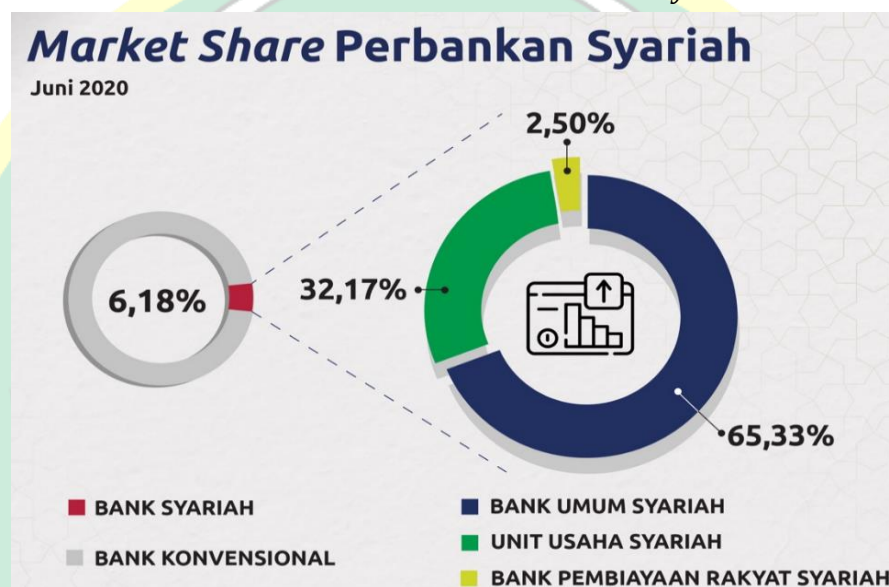
Kemudian diperlukan pemasaran untuk memperkenalkan bank syariah pada masyarakat muslim yang ada di Indonesia. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk yang ditujukan untuk menarik minat pembeli. Metode klasik dalam melakukan pemasaran suatu produk menggunakan koran, surat kabar, dan brosur. Di zaman yang modern ini sangat awam bahwa sistem yang digunakan untuk mempermudah kegiatan manusia selalu berkaitan dengan internet. Majunya ilmu pengetahuan membuat manusia mengembangkan banyak hal, salah satunya adalah sistem pemasaran. Adanya perubahan yang seperti itu mendorong pengambilan keputusan strategis. Untuk memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu mengenai pelanggan dengan peralihan aktivitas pemasaran dari konvensional (*offline*) ke arah digital (*online*) (Arifin et al., 2019).

Menurut Iska (2014) dalam bukunya penyebab lembaga keuangan syariah di Indonesia kurang begitu gencar dibandingkan yang lain dikarenakan adanya pandangan yang mengatakan bahwa berbisnis dengan memanfaatkan jasa perbankan konvensional lebih berkeuntungan besar, karena bunganya tinggi, walaupun menggunakan sistem riba. Hal ini menjadi alasan, bank syariah seringkali tidak memiliki daya saing terhadap perbankan konvensional.

Di tahun 2024 Indonesia sekarang menduduki negara dengan populasi muslim terbesar kedua di dunia tersalip oleh negara Pakistan dengan jumlah penduduk muslimnya 240 juta sedangkan Indonesia berjumlah sebesar 236 juta (*Populasi Idonesia*, 2024). Hal ini menjadikan target pasar yang masih bagus untuk bank syariah mengembangkan sayapnya. Seharusnya bank syariah yang mendominasi sektor perbankan di Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah sekitar 270 juta

jiwa. Di tahun 2022 berdasarkan data dari Kementrian dalam Negeri sebesar 87,2% masyarakatnya adalah beragama Islam (Rizaty & Ayu, 2022). Namun kebanyakan penduduk Indonesia yang beragama Islam hanya 30,37 juta penduduk muslim menggunakan bank syariah sementara 150 juta penduduk muslim lainnya menggunakan bank konvensional (Darmawansyah et al., 2023). Hal ini menunjukkan kurangnya minat masyarakat muslim terhadap bank syariah.

Gambar 1.1 Persentase Market share Bank Syariah



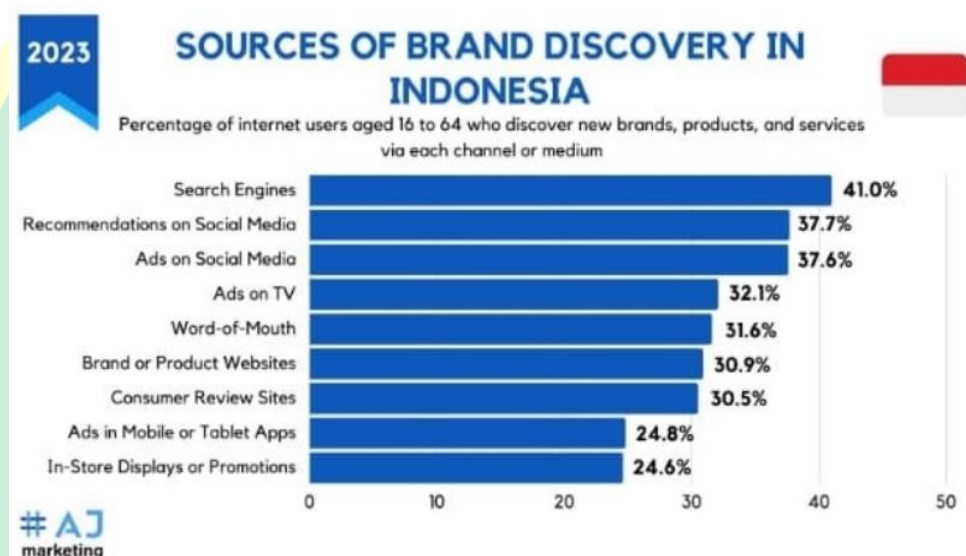
sumber: OJK website diakses pada tanggal 28 April 2024 pukul 09.00 WIB.

Di tahun 2020 pangsa pasar bank syariah di Indonesia sekarang ini mencapai mencapai 6,18%. Hal ini tidak berkorelasi signifikan dengan pangsa pasar bank syariah tahun 2017 yang sebesar 5%, dimana 1,33% yang terpilih dalam kurun waktu tiga tahun (Fariani et al., 2021). Rendahnya *market share* pada bank syariah salah satu penyebabnya yaitu menandakan kurangnya sosialisasi mengenai perbankan syariah hal ini yang menjadikan masyarakat muslim kurang memahami tentang perbankan syariah. cukup memphatinkan masyarakat muslim lebih memahami mengenai bank konvensional daripada bank syariah (Yuliana, 2019). Dengan begini, Sebagai penduduk dengan mayoritas muslim fenomena merupakan menjadi masalah bagi perbankan syariah. Dengan melakukan pengenalan dan pemasaran yang lebih baik memungkinkan perbankan syariah bisa menjadi

lebih pesat.

Di era informasi dan teknologi saat ini, bisnis online, pemasaran internet, dan periklanan telah memberikan dampak yang signifikan. Hal ini biasa dinamakan *digital marketing*, yang menurut Coviello (2001) dalam (Ramdani, 2020) merupakan penghubung komunikasi dua arah bagi perusahaan dan konsumen secara daring. *Digital marketing* terdiri atas beberapa media digital, seperti *search engine marketing*, *email marketing*, *website*, *video marketing*, sosial media, online *advertising* dan lainnya.

Gambar 1.2 Daftar Pencarian produk



Sumber: Indonesia Investments Website diakses pada tanggal 3 Mei 2024 pukul 10.12 WIB

Berdasarkan survei di atas data pencarian produk atau *brand*, *search engines* memperoleh 41.0% di peringkat pertama, sosial media rekomendasi sebesar 37.7% berada di peringkat kedua, dan sosial media ads sebesar 37.6% berada di peringkat ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen mencari produk ataupun brand melalui *search engine* dan media sosial (Indonesia Investments, 20 Mei 2023).

Mengiklankan produk dengan baik dapat dilakukan melalui situs web yang bagus. Namun, ada milyaran situs web dengan jangkauan yang sangat luas kategori dan topik di seluruh dunia dengan bahasa, wilayah, dan

jenis konten yang berbeda. *Search Engine Optimization(SEO)* atau bisa disebut optimisasi sitem pencari merupakan seni merancang, mengembangkan, memodifikasi dan mengkodekan web halaman sehingga dapat mencapai peringkat tinggi dalam hasil pencarian (Sohail, 2012). Mencari informasi atau situs web tentang topik tertentu, pengguna menggunakan mesin pencari dengan menulis pencarian dalam bentuk kata kata kunci, atau frasa. pencari paling canggih seperti Google, Yahoo, Bing MSN, AOL dan lain-lain. Untuk menjangkau banyak calon pembeli sekarang seorang pebisnis menjadikan internet prioritas utama. Pelanggan potensial lebih dari 70% sebelum mengunjungi atau membuat keputusan pembelian mencari tau produk secara online. Di Indonesia pengguna internet masih bergantung pada mesin pencari Google sebesar 96,84% sedangkan mesin pencari lain menguasai kurang dari 2% (Mahasinul Akhlak, 2021).

Metode perluasan kata kunci atau *keyword* pada mesin pencari digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Algoritma diambil untuk menganalisis faktor utama yang memengaruhi hasil persaingan kata kunci dan memprediksi persaingannya dari data SEO historis. Tujuan SEO yaitu untuk mengoptimalkan situs web agar sesuai dengan kriteria algoritma mesin pencari, sehingga konten dapat muncul lebih tinggi dalam hasil pencarian (Zhu & Tan, 2012). Berdasarkan data kata kunci tertarget di Sequence Stat, OCBC Bank berhasil memperoleh peringkat rata-rata 8,06 secara organik untuk produk yang ditawarkan dengan menargetkan kata kunci di sektor keuangan. performa peringkat ini berhasil menjadikan OCBC Bank lebih unggul dibandingkan pesaing langsung lainnya di industri perbankan (Clambs, 2024). *SEO marketing* ini bisa diterapkan pada produk- produk Bank Syariah dengan menggunakan keyword untuk melakukan pencarian. Ketika seseorang pengunjung memiliki kebingungan terkait istilah-istilah produk bank syariah atau masalah lain maka cukup mencari kata kunci di mesin pencarian. *SEO marketing* pada website yang didalamnya memiliki konten yang sama akan muncul dihalaman pertama

untuk menjawab pencarian tersebut.

Pengguna ponsel pintar kini seperti sudah menjadi kewajiban bagi individu. Fitur-fitur yang ada dalam ponsel pintar sudah sangat beragam fasilitas internet salah satunya fasilitas media sosial. Sekarang ini media sosial yang terkenal banyak penggunanya seperti facebook, instagram, tiktok, youtube dan juga yang lainnya (Firdhausa & Apriani, 2021). Bagi perusahaan media sosial menjadi salah satu alat promosi dan pemasaran yang diperhitungkan untuk memperkenalkan suatu produk maupun layanan. Peran *social media marketing* yang memanfaatkan kemajuan teknologi, perangkat lunak, dan saluran yang berasal dari media sosial bertujuan sebagai sarana komunikasi, pertukaran, pengiriman serta penawaran yang memiliki nilai bagi suatu perusahaan (Y. M. A. Putri, 2023). Penggunaan SEO marketing terlibat dalam sektor pemasaran perbankan dimana khususnya berfokus pada BCA, Bank Mandiri, dan Bank BRI selama periode februari sampai April 2024. Di dalam temuannya menjelaskan bahwa BCA menggunakan Twitter sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi cepat, sementara Bank Mandiri dan BRI lebih memilih WhatsApp Web untuk komunikasi langsung dan pribadi dengan pelanggan (Yudanegara et al., 2024).

Literasi keuangan syariah juga memiliki peran yang penting bagi masyarakat untuk menentukan produk dan jasa keuangan yang akan digunakan agar bisa sinkron dengan kebutuhannya sebagai upaya mencapai kesejahteraan. Menurut Ramadayanti & Martilova (2023) literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan syariat Islam yang meliputi tentang jual beli, riba, zakat, investasi etis, dll. Literasi keuangan syariah juga dapat diartikan tentang pemahaman prinsip, konsep dan aturan-aturan keuangan dalam Islam. Prinsip syariah mencakup mengenai prinsip-prinsip dasar dalam Islam, seperti ketentuan dalam zakat, larangan riba, larangan investasi yang tidak sesuai dengan syariat dll. Masyarakat terutama masyarakat muslim perlu mengetahui tentang produk syariah. Ada

perbedaan produk-produk syariah dan produk-produk konvensional, seperti akad-akad (perjanjian syariah) yang digunakan dalam pembiayaan, asuransi syariah dan tabungan syariah. Jika setiap umat Islam memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai ekonomi dan keuangan syariah dengan baik maka pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia dapat meningkat dan dapat memitigasi stagnasi ekonomi (Sugiarti, 2023).

Banyak umat Islam yang mengalami ketidakpahaman atau pemahaman terbatas mengenai keuangan syariah. Hal inilah yang menjadi faktor rendahnya minat Indonesia terhadap bank syariah (Zaman et al., 2017). Peneliti memahami peran untuk meningkatkan minat masyarakat muslim terhadap bank syariah menggunakan teknologi dan literasi keuangan sangat penting dalam membentuk perilaku keuangan masyarakat. salah satu teknologi yang memainkan peran kunci adalah pemasaran digital melalui *Search Engine Optimization*. Pencarian bisa dilakukan di internet yang di situs perbandingan suatu produk, halaman resmi perusahaan dan juga pada blog yang ditulis orang lain. Dalam prosesnya ketika seorang konsumen memperhatikan layanan, iklan ataupun produk. Kemudian menyebabkan ketertarikan lalu hal ini menimbulkan keingintahuan mencari informasi barang tersebut (*search*). berdasarkan penelitian variabel *search* memiliki pengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap literasi keuangan syariah (Iskandar et al., 2020).

Penggunaan *SEO marketing* menjadi krusial dalam dunia digital online, karena pengguna internet seringkali mengandalkan mesin pencari untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Menurut Xiang & Hukum (2013) yang berpendapat bahwa perubahan kondisi persaingan dalam lingkungan digital dapat dinilai dengan berfokus pada ruang informasi yang ditawarkan oleh mesin pencari seperti Google. Oleh karena itu, mesin pencari merupakan ruang digital yang berubah secara dinamis dimana berbagai penawaran bersaing untuk mendapatkan perhatian dan klik pengguna. Sosial media juga dapat berperan untuk meningkatkan kunjungan pada website Berdasarkan data survei (Orenz, 2022) sosial media dapat

digunakan untuk memancing pengguna untuk mengunjungi website diantaranya seperti Youtube, Facebook, Twitter dan Instagram. Hal ini tercermin dalam meningkatnya peran *search engine optimization* dan *social media Marketing* untuk menjangkau, menarik dan melibatkan pengguna dan calon pelanggan online.

Peneliti menggunakan satu generasi untuk dijadikan objek penelitian. Mannheim (1952) mengemukakan istilah ‘generasi’ yaitu fakta mengenai fenomena dan menjadi salah faktor mendasar yang berkaitan dengan asal usul dan dinamika perkembangan sejarah. Dengan mempelajari ciri khas dari setiap generasi dapat memberikan kemungkinan untuk mengelompokkan suatu populasi yang berdasarkan tempat dalam siklus hidup yang anggota didalamnya memiliki kesamaan waktu kelahiran. Menurut Salehm et al (2017), Dolot (2018), dan Schenarts(2019) dalam (Raka et al., 2024) mengidentifikasikan suatu generasi menjadi 5 klasifikasi yaitu pertama generasi tradisional kelahiran 1900 hingga 1946 mengalami perang dunia. Kedua, generasi baby boomer kelahiran 1947 hingga 1964 yang berkarakteristik *workaholic*. Ketiga, generasi X kelahiran 1965-1979 berkarakteristik otoriter dan menganggap penting keseimbangan kerja. Keempat, generasi Y atau milenial kelahiran 1980- 1995 tumbuh keadaan sejahtera dan mulai melek teknologi. Kelima, Generasi Z atau Zilenial kelahiran 1996-2012, dikenal juga dengan generasi iGeneration atau C generation alassannya generasini selalu “connected” ke jaringan internet, computerized, communicating, content-centric. Generasi ini menyukai perubahan. Gen Z Lahir di era banyak tantangan mulai isu terorisme, ketidakstabilan politik dunia hingga isu lingkungan hidup.

Roberts dkk. (2014) mengklaim bahwa remaja generasi Z mengintegrasikan *smartphone* mereka kedalam kehidupan sehari-hari. Beberapa di antaranya adalah tahap awal perkembangan remaja dan dewasa awal Tumbuh dengan internet, dimana dunia digital berkembang begitu cepat. Kategori kelompok generasi Z dengan persentase anggota terbesar dari berbagai generasi. Hal ini berlaku baik di Indonesia yang memiliki

populasi sebesar 27,94% (BPS, 2020).

Generasi Z disebut sebagai "generasi asli digital", tumbuh di sekitar gadget dan bentuk teknologi lainnya. Generasi ini memiliki kemampuan untuk mengekspresikan individualitas mereka baik dalam pengaturan fisik maupun virtual. Generasi Z Indonesia dikenal hemat, berpikiran terbuka, tertarik pada bentuk advokasi modern, terobsesi dengan teknologi, dapat berkompromi, dan menginginkan perubahan sosial sebagai Generasi Zilenial (Santrock et al., 2018). Menurut perkiraan, generasi Z saat ini merupakan 34,05% dari populasi dunia dan akan mencapai 40% pada tahun 2050. Generasi Z akan memiliki peran penting dalam pertumbuhan negara Indonesia berkat karakteristik yang dimiliki generasi mereka (Nusaibah, 2023).

Sesuai karakternya dan lingkungan perkembangannya yang mengatakan bahwa generasi Z merupakan generasi asli digital ini berhubungan dengan berbagai macam perkembangan digital. Dalam hal ini digital marketing beberapa diantaranya yang meliputi *search engine optimization marketing* dan *social media marketing* berkaitan dengan generasi Z karena generasi ini lah yang tumbuh bersamaan dengan berbagai macam teknologi. Generasi yang tumbuh di tengah kemunculan internet, smarthphone, dan media sosial yang makin dominan (Raka et al., 2024).

Seperti yang dijelaskan oleh Haas & Unkel (2019) pengguna kemungkinan besar akan memilih hasil pencarian yang merek terkaitnya dianggap paling kredibel dan bereputasi baik, meskipun hasilnya di distribusikan secara acak di SERP. SERP merupakan kepanjangan dari *Search Engine Result Pages* yaitu halaman yang menampilkan dan memperlihatkan situs-situs yang berkaitan dengan *keyword* yang dicari pengguna pada mesin pencarian. Ketika web bisnis melakukan peningkatan peringkat SERP hal itu dapat membangun kredibilitas perusahaan (Iqbal et al., 2022). Hal ini mendukung mengenai relevansi kredibilitas dan reputasi dalam proses seleksi mesin pencari. Berdasarkan data yang bersumber dari buku yang berjudul "*The Power Of Digital marketing*" yang menjelaskan

tingkat kepercayaan terhadap iklan online atau hasil pemasaran digital yang terjadi di duni internasional tepatnya di area kawasan Asia Tenggara: *Search Engine* (57%), media sosial (53%), vidio online(52%), dan online banner(47%). Sekarang iklan iklan yang ada di search engine merupakan yang mendapatkan kredibilitas paling tinggi (Rachmadi, 2020).

Inilah mengapa SEO dan *social media marketing* menjadi penting yang juga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Hasil pencarian yang lebih tinggi seringkali dianggap sebagai otoritas atau paling relevan dalam hal informasi atau layanan. Aktivitas *SEO Marketing* dilakukan bertujuan supaya informasi bisnis berada di halaman pertama di mesin pencari secara natural dengan harapan *traffic* pengunjung akan semakin banyak dikunjungi dan diharapkan para pengunjung akan berminat dan membeli jasa dan produk online tersebut (Mahasinul Akhlak, 2021). Dampak yang nyata dan signifikan terhadap pengguna internet untuk melakukan pembelian karena pengaruh SEO dan *social media marketing* (Alwi et al., 2022).

Selain itu, literasi keuangan syariah juga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan masyarakat. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik akan membantu individu memahami bagaimana produk-produk bank syariah bekerja, termasuk prinsip-prinsip dan manfaatnya. Banyak produk-produk syariah yang belum diketahui masyarakat salah satunya disebabkan kurangnya literasi keuangan syariah dari masyarakat. Menurut hasil survei OJK tahun 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah di Indonesia hanya mencapai 9,13%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak muslim di Indonesia yang belum memahami konsep dan prinsip keuangan syariah sehingga mereka ragu untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah. Masyarakat yang belum mampu mengelola keuangan pribadi untuk berdagang di pasar modal atau pasar uang, berinvestasi pada aset keuangan karena tidak memiliki pengetahuan yang memadai (Utami, 2022).

Selain berdasarkan informasi diatas penelitian ini juga memiliki

pondasi pada penelitian terdahulu. Pada penelitian dengan judul “*Pengaruh search engine optimization, dan media sosial terhadap minat beli melalui e-service quality di e-commerce pada masa pandemic covid-19*” menyatakan bahwa SEO dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Alwi et al., 2022). Kemudian pada jurnal berjudul “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah*” berkesimpulan bahwa Literasi Keuangan Sayariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah penelitian (Az-zahra et al., 2023). Hal ini menarik diteliti karena Menurut Petersen (2021) literatur tentang penelitian tentang kata kunci di SEO masih langka. Penelitian tentang SEO *marketing* juga jarang dijumpai sehingga perlu diteliti lebih lanjut. Jadi, berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin menganalisis permasalahan tersebut ke dalam penelitian dengan judul “*Analisis Pengaruh Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah (Studi Kasus Generasi Zilenial di Purwokerto)*”.

B. Rumusan Masalah

Dari hasil latar belakang yang disampaikan peneliti di atas, dapat membuat rumusan masalah menjadi beberapa yaotu:

1. Apakah ada pengaruh *Search Engine Optimization Marketing* terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah?
2. Apakah ada pengaruh *Social Media Marketing* terhadap minat masyarakat muslim Purwokerto pada bank syariah?
3. Apakah ada pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat muslim Purwokerto pada bank syariah?
4. Apakah *Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing* dan literasi keuangan syariah berpengaruh simultan terhadap minat masyarakat muslim Purwokerto pada bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan menganalisis ada tidaknya pengaruh parsial *Search Engine Optimization Marketing* terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.
- b. Untuk menguji & menganalisis ada tidaknya pengaruh parsial *Social Media Marketing* terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.
- c. Untuk menguji dan menganalisis ada tidaknya pengaruh parsial literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.
- d. Untuk menguji dan menganalisis ada tidaknya pengaruh simultan *SEO marketing*, *social media marketing*, dan literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah secara simultan

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada penulis tentang masyarakat muslim yang berminat pada bank syariah melalui *SEO marketing*, media sosial *marketing* dan literasi keuangan syariah.

b. Bagi Masyarakat Muslim

Dapat digunakan untuk meningkatkan minat masyarakat muslim pada produk-produk bank syariah. Juga dapat mengetahui dampak mengenai *SEO Marketing*, media sosial *marketing* dan literasi keuangan syariah pada masyarakat. Penelitian ini bisa dijadikan dasar untuk pengembangan strategi dan kebijakan yang lebih baik dalam mempromosikan Bank Syariah.

c. Bagi Bank Syariah

Informasi ini dapat membantu Bank Syariah dalam mengembangkan kebijakan yang lebih efektif untuk mempromosikan dan mendukung Bank Syariah. Serta

meningkatkan strategi *marketing* dan edukasi kepada masyarakat muslim tentang produk dan layanan bank syariah.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian berisi mengenai teori-teori yang relevan atau sesuai dengan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2009) kajian pustaka yaitu penelitian empiris atau suatu jenis konstruk, konsep, definisi, dan usulan yang berfungsi sebagai alat untuk mengamati fenomena secara sistematis melalui kekhususan hubungan antar variabel, dan digunakan untuk menjelaskan dan memodifikasi suatu hal tertentu. Dalam kajian pustaka meliputi :

a. Penelitian terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu sebagai pembanding dan acuan yang relevan diantaranya adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Hasil dan Pembahasan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	(Alwi et al., 2022) Pengaruh <i>Search Engine Optimization</i> , dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Melalui <i>Service Quality</i> di <i>E-commerce</i> Pada Masa Pandemic Covid-19	Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah <i>Search Engine Optimization</i> , media sosial, kualitas layanan elektronik, dan minat beli. Alat analisis menggunakan <i>Partial Least Square Path Modeling</i> (PLS-PM). Hasil penelitian menunjukkan semua hipotesis penelitian diterima dan signifikan.	Dari penelitian ini terdapat perbedaan pada variabel X memiliki variabel literasi keuangan syariah yang dilakukan peneliti. Alat analisis yang digunakan juga berbeda. Peneliti menggunakan alat analisis SPSS.
2.	(Abdjul et al., 2022) Pengaruh <i>Content</i>	Menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif. Variabel X berupa	Pada penelitian terdahulu tidak memiliki variabel Literasi Keuangan

	Marketing, Search Engine Optimizaation dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEB UNSRAT di E-commerce Sociolla	(Search Engine Optimizaation dan Social Media Marketing). Dan variabel Y berupa keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, kecuali variabel content marketing yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.	Syariah. dan juga variabel dependen bukan keputusan pelanggan melainkan minat masyarakat muslim pada bank syariah.
3.	(Darmawansyah et al., 2023) Pengaruh Strategi Digital marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada Generasi Milenial.	Variabel digital marketing berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.	Objek penelitian terahulu adalah generasi milenial sementara penelitian ini menggunakan generasi zilenial
4.	(Sugiarti,2023) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah	Temuan penelitian menunjukan bahwa tingkat literasi keuangan responden termasuk baik, terutama bagi mereka yang mempelajari perbankan syariah. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. Penelitian yang ada ini dapat menunjukan bahwa	Penelitian terdahulu ini memiliki perbedaan dengan penelitian sekaramg adalah perbedaan variabel independent selain literasi keuangan syariah yang digunakan.

		meningkatkan literasi keuangan sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia	
5.	(Nuraini et al., 2023) Pengaruh Literasi Keuangan Syaiah dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Hasil penelitian menunjukan bahwa literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah , dengan t-hitung sebesar 4,362 lebih besar dari t- hitung sebesar 1,661 hal ini menunjukan adanya pengaruh signifikan literasi keuangan syariah terhadap minat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan persepsi mempunyai pengaruh positif terhadap minat remaja masjid dalam menggunakan produk perbankan syariah di kota pekan baru.	Perbedaan penelitian yaitu variabel independen selain literasi keuangan syariah. serta perbedaan lokasi tempat penelitian.
6.	(Nurromah & Purbayati, 2020) Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Di penelitian kali ini terdapat variabel literasi keuangan syariah sebagai (X1) dan variabel kepercayaan masyarakat sebagai (X2). Hasil penelitian menunjukan kedua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.	Perbedaan penelitian adalah alat analisis yang digunakan menggunakan smartPLS dan lokasi yang berbeda.
7.	(Yasin et al., 2021) Analisis	Layanan digital sebagai (X1) dan literasi	Penelitian ini memiliki perbedaan

	Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial	Keuangan Syariah sebagai (Y). Hasilnya menunjukkan bahwa mobile banking positif terhadap literasi keuangan syariah. sementara internet banking dan SMS banking berpengaruh negatif.	pada variabel Y.
8.	(Dahlia, 2020) Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah	Literasi Keuangan Syariah sebagai (X) dan Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah sebagai (Y). Variabel X mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan (Y).	Penelitian ini tidak menggunakan variabel SEO <i>marketing</i> terhadap Minat pada Bank Syariah.

B. Kerangka Teori

a. Grand Teori

Referensi dalam skripsi ini menggunakan beberapa sumber yang berasal dari buku, jurnal, maupun sumber lainnya. *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengenai niat untuk melakukan berbagai jenis perilaku bisa diprediksi dengan akurasi tinggi dari sikap terhadap perilaku tersebut, norma bujektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dan ini menjelaskan minat dipengaruhi dan bersama dengan persepsi mengenai kontrol perilaku, menyebabkan perbedaan besar dalam perilaku sebenarnya.(Ajzen, 1991).

TPB merupakan teori perilaku terencana. Ada tiga faktor utama suatu perilaku yang mempengaruhi niat yaitu norma subjektif, sikap terhadap perilaku, dan kendali perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991). Melalui teori ini peneliti ingin menjadikan faktor perilaku yang berupa *SEO maketing*, *Social media marketing*, literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi niat untuk

berminat pada bank syariah. Dengan memahami TPB dan diterapkan pada *SEO marketing*, *social media marketing* dan literasi keuangan syariah mampu mengembangkan strategi yang efektif dengan tujuan mendorong masyarakat melakukan perilaku yang diharapkan.

1. SEO (*Search Engine Optimization marketing*)

a) Definisi

Search Engine Optimization (SEO) adalah proses mengoptimalkan situs web untuk memperoleh peringkat lebih tinggi dalam hasil mesin pencari. Dengan mendapatkan ranking tertinggi dalam suatu pencarian, potensi trafik organik akan meningkat. Selain itu juga dapat membantu pencari untuk menemukan trafik yang tepat. Jadi tidak hanya trafik yang tinggi tetapi juga bisa mendapatkan trafik yang tepat sesuai tujuan utama website (Rachmadi, 2020).

SEO marketing merupakan gabungan dari SEO dan *Search Engine Marketing*. Menurut Putri (2023) ketika *SEO marketing* digunakan, maka akan menciptakan iklan khusus platform seperti Facebook Ads, Google Addwords Bing, dan lainnya. berbeda jika hanya dengan SEO saja yang dengan teknik terbatas agar websitenya berada di urutan teratas dan tidak perlu menggunakan platform-platform tertentu.

b) Dimensi SEO Marketing

Menurut (Mousmedia, 2020) ada beberapa hal yang dijadikan rujukan yang digunakan sebagai indikator keberhasilan dari pemanfaatan *SEO marketing* pada situs web, yaitu sebagai berikut :

- 1) Memanfaatkan SSL/TLS untuk menjamin keamanan *website* dan pengalaman pengguna.

SSL merupakan singkatan dari *Secure Sockets Layer* memiliki fungsi untuk menjamin keamanan data pada jaringan berbasis internet. Teknologi ini dapat membuat komunikasi menjadi aman dikarenakan SSL dapat mengenkripsi transfer data dari pengirim ke penerima. Oleh karena itu, saat terjadi pencurian informasi di tengah jalan lalu lintas saat pemasukan data, maka hal ini tidak dapat terbaca dikarenakan

semua data hasil curiannya yang dipertukarkan sudah berubah menjadi kode kriptografi yang rumit.

2) Struktur URL pada *website*

Untuk memudahkan mesin pencari mengenali topik utama yang akan dibahas pada *website* user memerlukan struktur URL yang sederhana. URL menjadi faktor penting yang dapat digunakan untuk meningkatkan SEO di *search engine* atau tempat pencarian. Konsepnya yaitu ketika struktur URL pada suatu *website* membantu mengoptimalkan pencarian dalam mengenali keterkaitan antara kata kunci yang diberikan user dengan halaman *website*. Kemudian mesin pencari akan menampilkan hasil pencarian sesuai kata kunci yang digunakan.

3) *Search Intent* pada *keyword*

Search Intent adalah tujuan dari pencari menggunakan *keyword* atau mengetikkan kata kunci guna untuk menemukan sesuatu yang dicari di mesin pencari. Salah satu contoh menggunakan pencari menggunakan *keyword* seperti “produk tabungan bank syariah terpercaya” maka konten yang tepat adalah memperlihatkan halaman produk penjualan bank syariah, bukan berupa artikel. Pengguna berkemungkinan besar menggunakan kata kunci tersebut bukan untuk membaca artikel melainkan untuk membeli produk. Dengan demikian *search engine optimization* lebih mengutamakan halaman yang memiliki isi konten sesuai dengan *search intent* dari kebanyakan pengguna.

4) Topik Konten yang relevan

Sebuah konten seharusnya bisa relevan dengan apa yang sedang dibutuhkan. Konten yang menarik pengunjung akan semakin baik. Karena ketika konten yang banyak menarik dan berkaitan dengan kebutuhan pengunjung situs makin banyak dan tersebar hal tersebut dapat menjadikan konten tersebut menjadi muncul di halaman pertama *search engine*.

5) Konten memiliki struktur yang mudah dibaca pengunjung

Sebuah konten harus mudah dimengerti dan dipahami. Untuk memudahkan pengunjung agar menemukan apa yang mereka cari diperlukan struktur konten yang jelas, baik, dan mudah dipahami. Ada berbagai cara untuk mengatasi pengunjung agar melihat poin-poin penting yang dibutuhkan. Dapat menggunakan heading untuk judul dan sub heading untuk poin penting, juga dapat menambahkan gambar yang dapat membantu pengguna memahami bacaan ataupun konten yang diberikan.

6) *Meta Tags* yang akurat dan mudah diindex mesin pencari

Sebuah tag pada HTML memiliki fungsi untuk memberikan informasi terhadap mesin pencari. Dari *keywords* yang disisipkan pada *Meta Tags* itu dapat terlihat untuk mengetahui topik tertentu yang muncul dari website yang dicari. *Meta Tags* terdapat judul yang mengandung kata kunci (*title tag*) dan deskripsi yang mengandung kata kunci (*meta dscription*).

7) *Backlink* yang baik

Link menuju ke website yang ditempatkan pada *website* lain disebut *backlink*. *Backlink* yang bagus tergantung dengan dimana *website* ada. Semakin baik websitenya maka semakin baik juga bobot *backlink* di *search engine*. Dan kemudian ketikan *backlink* semakin banyak. Maka mesin pencari akan mengira *website* tersebut mempunyai kredibilitas yang tinggi.

8) Kecepatan *website*

Kecepatan loading *website* berperan penting dalam SEO karena dapat memudahkan robot *search engine*. Sejak 2018, mesin pencari Google mengemukakan bahwa kecepatan loading *website* baik di dekstop maupun perangkat (mobile) menjadi salah satu indikator utama SEO. Ketika loading *website* semakin cepat maka semakin besar pula kemungkinan untuk mendapatkan ranking lebih tinggi di hasil pencarian.

2. *Social Media Marketing*

a) Definisi

Menurut Nasrullah dalam Firdhausa & Apriani (2021) media sosial adalah alat perantara menggunakan internet untuk tujuan berkomunikasi, saling memberi informasi dan manfaat dan bahkan berkolaborasi antara pengguna satu dan pengguna lainnya sehingga membentuk sebuah jaringan komunikasi sosial lewat virtual. Dan karena banyaknya pengguna media sosial sekarang ini hal ini menjadi celah untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi ataupun untuk melakukan pemasaran disebut juga *social media marketing*. *Social media marketing* dapat menjadikan perusahaan memiliki hubungan yang efektif dan efisien serta mendapat informasi yang lebih baik mengenai kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan.

Social media marketing didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran secara langsung ataupun tidak dengan tujuan membangun daya ingat, pengakuan, tindakan, dan kesadaran bagi bisnis, brand, orang, produk atau sesuatu yang lainnya dengan menggunakan *microblogging*, *blogging*, *social bookmarking*, *social networking*, dan *content sharing* (Y. M. A. Putri, 2023).

b) Dimensi

Menurut Gunelius (2011) dalam Nugraha (2023) ada beberapa indikator yang menjadi elemen penting dalam kesuksesan variabel *social media marketing* diantaranya:

- 1) *Connecting* merupakan jejaring sosial yang memungkinkan seseorang membangun hubungan dengan banyak orang yang memiliki ketertarikan dan minat yang sama.
- 2) *Content Sharing* merupakan kegiatan membagikan konten dengan orang lain guna meningkatkan jangkauan atau memperluas jaringan sehingga membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas *audiens online*.

- 3) *Content Creaction* merupakan kegiatan dalam membuat konten yang menarik dan unik yang menjadi pondasi strategi pemasaran guna membangun brand atau merek dan menarik audiens.
- 4) *Community Building* yaitu kegiatan membangun komunitas online di sekitar merek lewat media sosial. Komunitas yang kuat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta menjadi tempat yang strategis agar dapat umpan balik dari pelanggan.

3. Literasi Keuangan Syariah

a) Definisi

Menurut Nurlaeli & Sarpini (2022) literasi keuangan yaitu pengetahuan yang dipunyai oleh setiap individu terkait ekonomi dan digunakan sebagai standar pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk mengatur keuangan yang dimiliki. Sebagai muslim dengan memiliki literasi keuangan yang baik akan membawa kebaikan yang di dunia dan juga akhirat.

Menurut Bhushan dan Medury (2013) dalam Yasin et al., (2021) literasi keuangan merupakan kemampuan menghasilkan penilaian yang akurat dan menciptakan kesadaran tentang penggunaan, kesadaran dan pengendalian uang. Lalu, literasi memiliki banyak makna diantaranya cara untuk mencapai target, berpikir secara kritis, mengatasi masalah, menghitung, memperluas pengetahuan serta potensi seseorang (Subandiyah, 2017).

Pada zaman yang modern ini seluruh masyarakat sangat penting untuk mengetahui dan memahami mengenai literasi produk syariah. Literasi keuangan syariah adalah tingkat pengetahuan seseorang tentang keuangan dan pengelolaannya bertujuan untuk mencapai kesejahteraan (Nuraini et al., 2023). Literasi keuangan adalah proses yang didalamnya terdapat kegiatan untuk meningkatkan kesadaran, *knowledge*, ketrampilan, keyakinan, dan kemampuan mengelola keuangan sehingga menarik konsumen untuk menggunakan layanan jasa keuangan dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan di masa mendatang (Giesler &

Veresiu, 2014).

b) Dimensi

Untuk mengetahui berapa besar tingkat literasi keuangan pada individu memiliki tolak ukur yang digunakan. Literasi keuangan meliputi tentang kesadaran, keterampilan, pengetahuan, perilaku dan sikap yang diperlukan agar seseorang dapat membuat keputusan dengan baik dalam hal keuangan sehingga bertujuan kesejahteraan keuangan individu. Menurut Setiawati dan Nurkhin dalam (Ramdani, 2020) terdapat dimensi dari literasi keuangan syariah sebagai berikut:

1) Pengetahuan

Pengetahuan adalah bagian yang wajib dimiliki seseorang dalam pemikiran literasi keuangan, yang kemudian dapat digunakan dengan baik oleh seseorang dalam mengelola keuangan.

2) Kemampuan

Seseorang yang memiliki tingkat literasi tinggi berkemampuan untuk membuat keputusan keuangan lebih baik dari pada yang tidak. Dalam literasi keuangan pengambilan keputusan dianggap sesuatu yang penting.

3) Sikap

Sikap merupakan tindakan yang dilakukan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi yang memiliki kemampuan dalam membayar kewajiban, mengenali pasokan uang tunai, dll.

4) Kepercayaan

Ketika membuat rencana keuangan dalam jangka panjang dibutuhkan keyakinan yang kuat untuk mewujudkannya.

Menurut OJK 2014 dalam (Dahlia, 2020) literasi keuangan masyarakat di Indonesia memiliki pembagian, yaitu:

- 1) *Well literate*, yang termasuk memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai beberapa hal. Seperti mengetahui tentang lembaga jasa keuangan, produk jasa keuangan, termasuk manfaat, fitur, risiko, hak, dan kewajiban mengenai produk dan jasa keuangan serta

memiliki ketrampilan juga dalam menggunakannya.

- 2) *Sufficient literate*, yang termasuk golongan ini yaitu mempunyai pengetahuan dan juga kepercayaan mengenai lembaga jasa keuangan beserta produk dan jasanya. Termasuk juga fitur, manfaat dan risiko, serta hak dan kewajiban yang berkaitan dengan produk dan jasa keuangan.
- 3) *Less literate*, yaitu termasuk golongan ketika individu hanya mempunyai pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk, dan jasa keuangan.
- 4) *Not Literate*, individu yang tidak mempunyai pengetahuan ataupun keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan dan juga tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

4. Minat

a) Definisi

Minat merupakan kecenderungan seseorang terhadap suatu hal atau objek yang diringi dengan rasa senang dan suka. Minat juga didefinisikan sebagai pengambilan keputusan atau keputusan pemakaian ketika melakukan pembelian yang menentukan akan dibeli atau tidaknya hal tersebut yang didasarkan pada kegiatan sebelumnya, disesuaikan kebutuhan atau dana yang dimiliki (Assauri, 2011). Minat merupakan suatu hal yang erat kaitanya dengan motivasi dari individu, yaitu sesuatu yang digemari, diteliti, dan apa yang sering dilihat (Batubara & Anggraini, 2022).

Menurut Tufani(2008) dalam Sugiarti (2023) terdapat tiga faktor yang menjadi dasar timbulnya minat yaitu faktor dorongan internal, faktor emosi atau perasaan dan juga faktor motivasi sosial. Dan juga minat bisa timbul karena adanya faktor eksternal maupun internal (Dewi et al., 2015). Penjelasannya sebagai berikut:

1) Faktor internal

Contohnya dorongan untuk memenuhi dasar hidup seperti makan dan minum. Dorongan ini membangkitkan minat untuk bekerja dan mencari

penghasilan, yaitu minat untuk mengonsumsi makanan dan minuman.

2) Faktor emosi atau perasaan

Ada yang namanya keinginan sesaat, hal ini yang menjadi hubungan erat antara minat dan emosi. Berdasarkan itu minat didefinisikan sebagai dorongan kuat individu untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan tujuan dan goals keinginannya.

3) Motivasi

Minat ini dipengaruhi dengan lingkungan sekitar seperti tetangga, teman dan keluarga. Faktor ini yang membuat membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas tertentu.

b) Dimensi

Terdapat beberapa dimensi minat menurut Ferdinand (2006) dalam Ramdani (2020):

- 1) Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
- 2) Minat referensial merupakan minat yang memperlihatkan perilaku seseorang yang memiliki kecenderungan mereferensikan produk yang sudah dibelinya dan kemudian akan dibeli oleh orang lain berdasarkan referensi dan pengalaman konsumen.
- 3) Minat prefensi merupakan minat yang menggambarkan perilaku dari seseorang yang memiliki prefensi tertentu pada suatu produk. Prefensi ini bisa berubah jika terjadi sesuatu pada produk prefensinya.
- 4) Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku dari individu yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi tentang kelebihan dari produk yang dicarinya.

b. Landasan Teologis

Penelitian ini banyak membahas tentang *search engine optimization marketing*, *social media marketing* dan literasi keuangan syariah. dalam hal ini berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ilmu pengetahuan dan teknologi ini memiliki dasar pandangan yang ada dalam Al-Qur'an yaitu

wahyu pertama yang diterima oleh Rosulullah SAW ketika dia berada di gua Hira. Dalam Al-Qur'an Surat Al-Alaq Allah berfirman:

إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ ١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ ٢ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ ٣
الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ ٤ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝ ٥

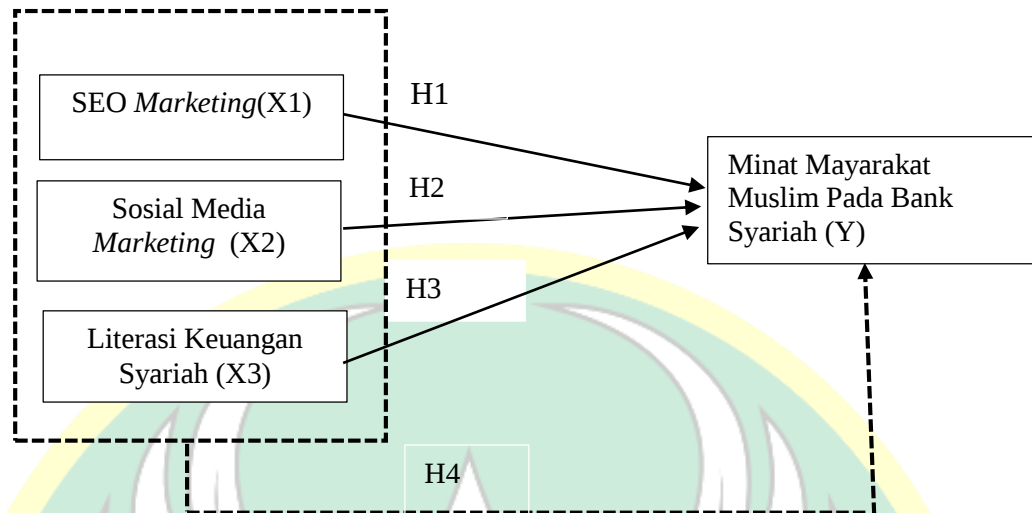
Artinya : “*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang paling pemurah, Yang mengajarkan (manusia) dengan perantaraan qalam(pena). Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya*”.

Ayat tersebut menjadi dalil betapa pentingnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Kata iqra dalam ayat pertama tersebut berarti “bacalah” yang merupakan kalimat perintah dari bahasa arab. Dari kata ini juga berbagai macam makna dapat berkaitan dengan aktifitas membaca seperti meneliti, mendalami, mengetahui ciri sesuatu, mengkaji, menganalisis, dan mengetahui suatu objek tertentu. Dalam surat tersebut dari ayat 1-5 tidak memperlihatkan atau memberi tahu mengenai objek apa yang harus dibaca, berdasarkan itu Islam menghendaki supaya umat Islam bisa membaca tentang segala hal. Segala hal mengenai objek yang dapat dibaca bisa berkaitan dengan teknologi, ekonomi, fisika, biologi, bahasa, sosial, politik, fiqih, hadis, dan lainnya (Sunarko, 2015).

c. Model Penelitian

Untuk lebih memahami penelitian ini, peneliti membuat gambar mengenai hubungan antar variabel, yaitu variabel dependen dan independen melalui kerangka berpikir di berikut ini:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Keterangan :

----- = Pengaruh Simultan

———— = Pengaruh Parsial

Kerangka di atas terdapat tiga variabel independen yaitu SEO marketing, social media marketing dan literasi keuangan syariah serta satu variabel dependen yaitu minat masyarakat muslim pada bank syariah. Kerangka tersebut menggambarkan hubungan antar variabel SEO marketing, social media marketing dan literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.

C. Rumusan Hipotesis

Penelitian yang digunakan peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memerlukan hipotesis yang berfungsi untuk mendeskripsikan jawaban sementara yang mungkin memberikan jawaban benar atau salah. Hipotesis ini bersifat dugaan sementara dari peneliti yang kemudian bisa diterima ataupun ditolak (Wibowo, 2021).

a. Pengaruh Search Engine Optmization Marketing Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah.

Pemasaran memiliki peran untuk menyampaikan jasa maupun produk kepada konsumen. Dalam definisinya merupakan satu proses dan manajerial yang membuat seseorang atau kelompok bisa memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai (Shinta, 2011). Sekarang ini, iklan-iklan yang tersedia di *search engine* meraih kredibilitas paling tinggi yaitu hampir 6 dari 10 orang sekitar (57%) konsumen percaya pada saluran ini (Rachmadi, 2020). Sebagai lembaga keuangan rakyat bank syariah memiliki faktor penentu yang dapat memiliki reputasi yang kuat dan kredibilitas dalam menangani pelanggan. Untuk melakukan pemasaran yang dapat berinteraksi langsung dengan calon konsumen diperlukan teknik *digital marketing* melalui website ataupun *SEO marketing* dalam penelitian ini, dahulu sudah ada yang telah meneliti mengenai sistem SEO ini dengan hasil berpengaruh positif dengan minat beli (Alwi et al., 2022). Berdasarkan penelitian ini peneliti ingin mengkaji variabel ini dengan dikaitkan dengan minat pada bank syariah kemudian mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Pengaruh Search Engine Optimzation Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah

b. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah

Pengguna media sosial saat ini sangat pesat perkembangannya. Di Indonesia menurut survei dari (Orenz, 2022) pengguna internet telah mencapai 204 juta penduduk dan juga pengguna media sosial mencapai lebih dari 191 juta penduduk. Hal ini menjadi dasar mengapa dunia *digital marketing* diprioritaskan dalam melakukan suatu pemasaran terutama lewat media sosial. Kemudian muncul istilah *social media marketing* yang merupakan pemasaran lewat online yang berkaitan dengan budaya dan sosial masyarakat. Untuk mencapai tujuan komunikasi

menggunakan dunia maya, jejaring sosial, situs berbagi opini sosial dan situs berita sosial (Abdjul et al., 2022). Penelitian menyebutkan penggunaan yang efektif dengan media sosial dapat meningkatkan persepsi pelanggan mengenai kualitas produk dan kepercayaan pada suatu perusahaan (Darmawansyah et al., 2023). Berdasarkan hal tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah

c. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah

Untuk mencapai tujuan pengelolaan keuangan yaitu usaha untuk menaikkan literasi keuangan syariah pada masyarakat yang sebelumnya berada di tingkat *sufficient literate* dalam keuangan syariah agar menjadi *well literate*. Ketika masyarakat banyak bisa memilih produk dan layanan keuangan syariah sesuai dengan kebutuhannya, mengetahui dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajibannya, serta meyakini masyarakat dapat memilih produk dan layanan syariah untuk menaikkan kesejahteraan sesuai atas prinsip syariah (Ramadayanti & Martilova, 2023). Literasi keuangan syariah memiliki peran penting bagi masyarakat untuk menentukan dan memakai produk jasa keuangan sinkron dengan kebutuhannya dalam meningkatkan kesejahteraan. ketika masyarakat sudah memiliki taraf yang tinggi tentang literasi keuangan ini dapat menentukan untuk membantu percepatan pengembangan suatu bangsa (Adiyanto et al., 2021). Berdasarkan hal tersebut maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah

d. Pengaruh Silmutan *Search Engine Optmization Marketing*, *Social Media Marketing* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah.

SEO *marketing*, *social media marketing* dan literasi keuangan syariah adalah beberapa hal yang saling berkaitan di dalam mempengaruhi minat masyarakat muslim pada bank syariah. keempat variabel tersebut sama-sama penting untuk konsumen mendapatkan informasi dan mengeksekusi setelah mendapatkan informasi. Berdasarkan uraian tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Pengaruh Silmutan Search Engine Optimzation dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang bisa diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau metode lain secara kuantifikasi (pengukuran) yang kemudian menghasilkan penemuan-penemuan (Sujarweni, 2023:39). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengukur Pengaruh *Search Engine Optimzation marketing*, *Social Media Marketing* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menggunakan Bank Syariah. Dan generasi Z di Purwokerto yang menjadi objek yang diteliti. Dengan variabel bebas (*Search engine optimzation, social media marketing* dan literasi keuangan syariah) Sedangkan fokus pada variabel terikat (minat masyarakat menggunakan Bank Syariah).

B. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini berada dalam lingkup wilayah Purwokerto. Berdasarkan data, Purwokerto disebutkan menjadi salah satu kota pelajar disebabkan adanya banyak sekolah dan perguruan tinggi di kota tersebut (BPS, 2021). Target penelitian ini ditunjukan kepada Gen Z berusia antara 17-27 tahun. Gen Z merupakan generasi yang tumbuh di era digital yang berkembang pesat dimana teknologi informasi dan komunikasi sudah menjadi alat bantu yang digunakan sehari-hari (Raka et al., 2024). Berdasarkan kriteria usia tersebut mayoritas umur Gen Z saat ini merupakan seorang pelajar ataupun mahasiswa dan ada sebagian juga yang bekerja. Ini menjadi alasan Purwokerto menjadi lokasi penelitian.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini Masyarakat Muslim yang tinggal di Purwokerto merupakan populasi yang dijadikan penelitian. Purwokerto merupakan bagian dari Kabupaten Banyumas. Purwokerto terbagi

menjadi 4 Kecamatan yaitu Purwokerto Barat, Timur, Utara, dan Selatan.(Zain & Khairina, 2020). Menurut data jumlah disetiap 4 kecamatan tersebut berjumlah lebih dari 50.000 penduduk (BPS, 2020). Berdasarkan data tersebut populasi yang ada berjumlah terlalu besar, oleh karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti maka sampel yang menjadi informasi dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel penelitian yaitu dengan metode purposive sampling yaitu metode *non-probability sampling* yang memiliki kriteria untuk responden. Yaitu teknik yang dilakukan dalam pengambilan data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Kriteria responden yang dibutuhkan yaitu:

1. Muslim
2. Berusia 17-27 tahun. Sampel yang digunakan lebih dikerucutkan lagi pada Generasi Z Generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2017 (Akdon & Riduwan, 2020).
3. Berdomisili di Purwokerto
4. Mempunyai gadget

Sampel merupakan bagian dari sejumlah atau ciri yang dimiliki dari populasi. Hasil kesimpulan yang akan diberlakukan pada populasi tergantung dengan sampel yang didapatkan dan diteliti. Rumus Lemeshow merupakan rumus yang digunakan guna menentukan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian kuantitatif ketika populasinya tidak diketahui atau tidak terbatas. Dengan rumus ini memudahkan peneliti mempermudah perencanaan pengumpulan data, sehingga memungkinkan perhitungan efisiensi waktu dan sumber daya yang dibutuhkan dalam pengumpulan data. Rumus dijabarkan sebagai berikut Rumus Lemeshow (Slamet & Aglis, 2020):

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z= Nilai standar dari distribusi. Tingkat kepercayaan 95%=1,96

p = proporsi perkiraan kejadian dalam populasi(jika tidak diketahui,diasumsikan 0,5 untuk memaksimalkan ukuran sampel)

d = Presisi (batas kesalahan) atau margin of error yang ditetapkan (5%)

Dalam penelitian ini menggunakan presisi atau signifikansi sebesar 5% dan tingkat kepercayaan 95%.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

Pengambilan data menggunakan metode purposive sample yaitu menggunakan pertimbangan tertentu yang memiliki beberapa karakteristik yang cocok dengan sampel. Maka berdasarkan data yang diterima terdapat 121 responden yang sesuai karakteristik sampel gen Z yang berdomisili di Purwokerto.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

a. Variabel

Variabel penelitian menurut Sugiyono (1999) dalam (Sujarweni, 2023) merupakan suatu hal untuk dipelajari bisa berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut. Kemudian dari hasilnya ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian yang dilakukan ini terdapat empat variabel diantaranya *SEO marketing*, *sosial media marketing*, literasi keuangan syariah, dan minat masyarakat muslim. Variabel tersebut

dibagi menjadi variabel independent/ bebas, variabel dependent/terikat.

1) Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas menurut (Purwanto, 2019) merupakan kondisi atau nilai yang ketika muncul maka akan memunculkan kondisi atau nilai yang lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan (X), variabel bebas dalam penelitian ini ialah *SEO Marketing* (X₁), *social media marketing* (X₂), dan *lirasi keuangan syariah* (X₃).

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat menurut (Purwanto, 2019) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel ini umumnya dilambangkan dengan (Y). Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat masyarakat muslim (Y).

b. Indikator penelitian

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>Search Engine Optimization Marketing</i> (X ₁)	SEO atau pengoptimalan mesin pencari merupakan proses dan serangkaian teori, alat, dan teknik yang diterapkan untuk mendapatkan peringkat situs web dan ditempatkan di halaman pertama pencarian (Sohail, 2012)	a) <i>Search Intent</i> Pada <i>Keyword</i> b) konten yang relevan c) alamat halaman yang ramah pengguna d) <i>website</i> menarik dan akurat (Khraim, 2015)

2.	<i>Social Media Marketing</i> (X_2)	<i>Social Media Marketing</i> merupakan alat pemasaran lewat jejaring sosial, pemasaran blog dan lain lain (Abdjul et al., 2022)	a) <i>Content Sharing</i> b) <i>Content Creation</i> c) <i>Conneting</i> d) <i>Community Building</i> (Gunelius & Susan., 2011)
3.	Literasi Keuangan Syariah (X_3)	Menurut Rahim et al (2018) dalam (Dahlia, 2020) literasi keuangan syariah merupakan keterampilan, pengetahuan keuangan, serta sikap seseorang dalam mengelola keuangan menurut ajaran Islam.	a) Pengetahuan b) Kemampuan c) Sikap d) Kepercayaan (Remund D.L., 2010)
4.	Minat Masyarakat Muslim(Y)	Minat yaitu suatu ketertarikan atau sikap cenderung memilih sesuatu yang diinginkan. Atau bisa juga di artikan rasa tertarik pada satu objek ataupun aktifitas tanpa ada paksaan. Salah satu contohnya, ketertarikan atau sikap cenderung memilih bank syariah daripada bank konvensional. (Dayyan et al., 2017)	a) Minat Transaksional b) Minat Referensial c) Minat Prefensial d) Minat Eksploratif Ferdinand (2006) dalam (Ramdani, 2020)

E. Pengumpulan Data Penelitian

a. Sumber Data Penelitian

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa jenis data:

a) Data Primer

Data Primer merupakan data yang diambil langsung dari objek penelitian yang kemudian diolah sendiri oleh peneliti (Nasution, 2017). Untuk memperoleh data inti peneliti menggunakan instrumen penyebaran kuesioner yang telah dibuat peneliti. Kemudian kuesioner tersebut disebar ke lapangan pada pihak pertama tau responden melalui google form secara daring. Pada penelitian yang menjadi subjek penelitian adalah generasi z muslim yang ada di Purwokerto.

b) Data Sekunder

Peneliti menggunakan data pendukung yang bersinggungan dengan penelitian dengan data sekunder. Dengan cara mencari dan memperoleh data lewat buku, jurnal, artikel, Internet dan lainnya yang digunakan sebagai data pendukung (Nasution, 2017).

b. Instrumen Penelitian

Untuk suatu mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dalam penelitian diperlukan instrumen penelitian. Lebih spesifik semua fenomena tersebut yang dinamakan variabel penelitian (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti berupa:

a) Wawancara

Wawancara biasanya juga disebut kuesioner lisan merupakan salah satu cara untuk memperoleh informasi dengan cara dialog antara pewawancara dan terwawancara (Nasution, 2017).

b) Angket dan kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan sejumlah pertanyaan yang berbentuk teks atau tertulis berguna untuk mencari informasi dari

responden (Nasution, 2017). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa variabel-variabel yang merupakan susunan dari kuesioner. Di variabel ini terdapat dimensi maupun indikator untuk diukur yang kemudian di jabarkan menjadi beberapa pertanyaan.

Data kuesioner yang digunakan peneliti menggunakan skala likert sebagai acuan pengukuran. Skala likert disebut sebagai skala penjumlahan dikarenakan skala dihitung dengan menjumlahkan jumlah tanggapan yang dilakukan (Neuman, W. L, 2014). Peneliti menggunakan jenis instrumen kuesioner dengan standar skor seperti yang dibawah ini (Suliyanto, 2011):

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah statistika deksriptif dan inferensial. Analisis statistika deksriptif dan inferensial. Tujuan dari statistika deksriptif yaitu untuk memaparkan data yang telah didapatkan. Sedangkan statistika inferensial bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah melalui analisis regresi berganda. Maka dari itu menggunakan MSI diperlukan untuk megubah data ordinal menjadi data interval. Setelah itu dilanjutkan dengan uji validitas dan reabilitas agar instrumen penelitian dapat dipercaya. Kemudian baru bisa menggunakan uji hipotesis melalui analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat).

a. Method Of Succesive Interval (MSI)

Method Of Succesive Interval (MSI) yaitu metode atau cara yang digunakan untuk melakukan tranformasi data ordinal menjadi data interval. Terdapat beberapa prosedur statistik seperti analisis regresi linear berganda, uji t dan lainnya yang mengharuskan menggunakan data interval (Prasetya & Putra, 2020). Data penelitian ini adalah data ordinal yang perlu di tranformasi menjadi interval menggunakan *Method Of Succesive Interval* (MSI). Tranformasi data dilakukan menggunakan program Excel.

b. Statistika Dekskriptif.

Statistika dekskriptif digunakan dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk memaparkan dan mendeskripsikan gambaran data yang telah dikumpulkan. Analisis statistka dekskriptif dapat berupa penyajian data dalam bentuk seperti tabel, grafik, pictogram, dan diagram lingkaran. Selain itu, analisis statistika dekskriptif dapat berupa perhitungan mean, modus, median, perhitungan desil, presentil, dan standar deviasi, serta perhiungan presentase (Sugiyono, 2022)

G. Uji Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengukur sah atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuesioner penelitian. Dalam praktiknya uji validitas dilakukan ketika menggunakan data primer (Darma, 2021). Terdapat kriteria uji validitas, yaitu :

- a) Ketika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- b) Ketika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument penelitian dikatakan invalid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan unuk mengetahui data yang dihasilkan bersifat terpercaya atau dapat diandalkan serta terbebas

dari galat pengukuran (Darma, 2021). Berikut yang merupakan kriteria pengujiannya:

- a) Apabila nilai *cronbach's alpha* > tingkat signifikansi 0,05, maka instrumen dikatakan reliabel.
- b) Apabila nilai *cronbach's alpha* < tingkat signifikansi 0,05, maka instrumen dikatakan reliabel.

H. Uji Asumsi Klasik

Peneliti melakukan uji asumsi klasik dari data primer. Uji yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Pada analisis regresi berganda populasi residual berdistribusi normal. Jika residual berdistribusi normal maka sebarannya akan terlihat acak dan akan terlihat titik-titik grafik plot relatif berhimpitan dengan sumbu diagonal dalam gambar. Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* uji yang bertujuan mengetahui normal atau tidaknya data berdistribusi (Nugraha & Billy, 2022). dalam menemukan hipotesis yang diambil dalam uji normalitas sebagai berikut:

- a) H_0 : H_0 diterima apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka kesimpulan yang diambil berdistribusi *normal*.
- b) H_1 : H_1 diterima apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, maka kesimpulan yang diambil tidak berdistribusi *normal*.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk menghilangkan gejala korelasi antar variabel independen. Uji ini menggunakan patokan *VIF-Varian Inflation Factor* dan juga menggunakan nilai toleransi. Salah satu langkah ketika terjadi gejala multikolinearitas yaitu dengan menghilangkan variabel dari model regresi. Untuk menentukan multikolinearitas atau independensi antar variabel yaitu ketika nilai VIF melebihi 10, maka dinyatakan terjadi

multikolinearitas. Dan apabila nilai VIF kurang dari 10 kesimpulannya adalah tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dan juga nilai nilai cut of yang digunakan untuk nilai toleransi sebesar 0,10 (Ghozali, 2016).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk menyatakan dalam regresi dimana *varian* dan *residual* tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain atau bisa juga disebut keadaan dimana varians tidak dalam kondisi stabil. Hasil penaksiran dapat menjadi kurang dari seharusnya, bisa melebihi atau bahkan menyesatkan. Harus melihat pola tertentu pada grafik untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas.

Pada varians residual yaitu sama (homokedastik). Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas secara sederhana bisa dilakukan dengan cara membuat grafik scattplot yang menyatakan antara kuadrat residual dengan nilai prediksi. Jika gambar pada grafik menyebar menandakan adanya heteroskedastisitas dan sebaliknya, jika gambar di grafik menggerombol maka menandakan tidak adanya heteroskedastisitas (Nugraha & Billy, 2022).

Untuk keakuratan pengujian pada penelitian ini, dilakukan juga uji Gleger, dengan dasarnya sebagai berikut:

- a) Jika $\text{sig.2-tailed} < \alpha=0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika $\text{sig.2-tailed} > \alpha=0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

I. Uji Hipotesis

Uji yang menggunakan regresi linear berganda.

1. Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel independen secara individual saat menerangkan variasi dependen yang digunakan untuk mencari tahu ada pengaruh atau tidaknya antara masing- masing variabel independen secara individual terhadap variabel

yang diuji yang memiliki taraf signifikansi 0,05. Variabel akan berpengaruh apabila $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} . Berikut kriterianya:

a. Pengujian hipotesis pertama

1) Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta \leq 0$: *SEO Marketing* tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.

$H_a : \beta > 0$: *SEO Marketing* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.

2) Kinerja Pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Kriteria Signifikansi

Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α yang ditentukan sebesar 0,05 (5%) serta tingkat kepercayaan sebesar 0,95 (95%). Dikatakan signifikan apabila $\alpha \leq 0.05$ (Ghozali, 2013)

4) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan Nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Pengujian hipotesis kedua

1) Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta \leq 0$: *Social media marketing* tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.

$H_a : \beta > 0$: *SEO Marketing* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.

2) Kinerja Pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Kriteria Signifikansi

Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α yang ditentukan sebesar 0,05 (5%) serta tingkat kepercayaan sebesar 0,95 (95%). Dikatakan signifikan apabila $\alpha \leq 0.05$ (Ghozali, 2013).

4) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan Nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Pengujian hipotesis ketiga

1) Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta \leq 0$: Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim.

$H_a : \beta > 0$: Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim.

2) Kinerja Pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3) Kriteria Signifikansi

Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α yang ditentukan sebesar 0,05 (5%) serta tingkat kepercayaan sebesar 0,95 (95%). Dikatakan signifikan apabila $\alpha \leq 0.05$ (Ghozali, 2013)

4) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan Nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji Statistik F

Uji Statistik F digunakan untuk mencari tahu apakah semua variabel independen dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Dasar pengambilan putusannya yaitu:

- a. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 dapat diterima dan H_a ditolak, ini menunjukkan bahwa variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat.
- b. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. ini menunjukkan bahwa variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

c. Pengujian Hipotesis keempat

1) Rumusan hipotesis

$H_0 : \beta \leq 0$: *SEO marketing, social media marketing* dan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh simultan terhadap minat masyarakat muslim.

$H_a : \beta > 0$: *SEO marketing, social media marketing* dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh simultan terhadap minat masyarakat muslim.

2) Kinerja Pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3) Kriteria Signifikansi

Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α yang ditentukan sebesar 0,05 (5%) serta tingkat kepercayaan sebesar 0,95 (95%). Dikatakan signifikan apabila $\alpha \leq 0.05$ (Ghozali, 2013).

4) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan Nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali(2011) Uji koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model statistik

menerangkan variasi variabel bebas. Nilai koefisien determinasi dimulai dari nol hingga satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki makna bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mengira-ngira ataupun memprediksi variabel dependennya.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Bank Syariah

Tahun 1963 muncul bank syariah di Mesir untuk pertama kalinya. Pada awal kemunculannya bank syariah memiliki prinsip awal pendiriannya untuk membentuk usaha bank simpanan yang berdasar dengan *profit sharing* yaitu pembagian laba. Akan tetapi ide ini berhenti berhasil dikarenakan ada intervensi dari pemerintah Mesir dan menjadi masalah politik. Dan kemudian ketika masa rezim yang bernama Anwar Sedat pada tahun 1971 dibangkitkan kembali olehnya sistem perbankan melalui Nasser Social Bank. Kebangkitan ini menginspirasi petinggi-petinggi OKI (Organisasi Kerjasama Islam) dan akhirnya pada bulan Oktober 1975 didirikan Islamic Development Bank (IDB). (Lukman, 2008) dalam (Dayyan et al., 2017)

Bank Muamalat Indonesia menjadi salah satu pelopor perbankan syariah di Indonesia kemudian diprakasai oleh pemerintah dan juga Majelis Ulama Indonesia (MUI). Serta didukung oleh ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMII). Pemerintah menyetujui perkataan dengan fatwa MUI mengenai perbankan syariah. Bank syariah adalah lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan dengan prinsip dan etika Islam dan perundang-undangan sebagaimana dalam UU No. 7 Tahun 1992, UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, dan UU No. 21 mengenai Perbankan Syariah (Aziz et al., 2021).

Praktik perbankan syariah harus sesuai dengan Al-qur'an dan hadis. terdapat hadis yang diriwayatkan oleh Jabir ra:

عَنْ جَابِرٍ ، قَالَ : لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ آكِلَ الرِّبَا، وَمُؤَكِّلَهُ،
وَكَاتِبَهُ، وَشَاهِدِيهِ. وَقَالَ : هُمْ سَوَاءٌ

Artinya: “ dari Jabir ra., “ Rasulullah saw., melaknat pemakan riba, wakilnya, dan penulisnya, serta dua orang saksinya. Mereka itu semuanya sama-sama dilaknat.”(H.R. Muslim dan Al-Bukhori meriwayatkan hadis

seperti itu dari Abu Juhaifah).

Hadis tersebut menyatakan bahwa semua orang yang terlibat dengan riba akan mendapat konsekuensi dijauhkan dari rahmat Allah. Orang yang terlibat yang dimaksud adalah orang yang memakan riba, menyediakan dan memberi kesempatan terjadinya riba (Sulaemang, 2015). Pengharaman riba menjadi suatu peringatan agar manusia berlaku adil terhadap sesama.

Pada saat ini sejumlah instrumen atau operasi bebas dari bunga. Bank syariah selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran ataupun tujuan ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Dalam operasinya bank syariah memiliki norma yang berlaku yaitu (Yumanita, 2005):

- 1) Bebas dari bunga (riba).
- 2) Bebas dari kegiatan spekulatif non produktif seperti perjudian (masyir).
- 3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar).
- 4) Terbebas dari perkara yang merugikan atau bathil dan rusak.
- 5) Hanya membiayai usaha yang halal.

2. Fungsi Bank Syariah

Menurut Ngadirin Setiawan (2016) bank syariah memiliki beberapa fungsi, yaitu:

a. Sebagai pengemban fungsi sosial

Bank syariah dapat memberikan pelayanan sosial dalam bentuk pengelolaan dana zakat, infaq, shodaqoh serta pinjaman kebajikan (qardhul hasan) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. Sebagai manajer investasi

Bank syariah dapat mengelola dana nasabah dengan menggunakan akad mudharabah sebagai agen investasi.

c. Sebagai penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran

Bank syariah dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan perbankan seperti bank non-syariah sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

d. Sebagai Investor

Bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya atau dana nasabah yang dipercayakan kepadanya dengan menggunakan alat investasi yang sesuai dengan syariah. Keuntungan yang didapatkan akan dibagi secara adil dan proporsional sesuai nisbah yang disepakati antara pemilik dana dan bank.

B. Temuan Hasil Penelitian

1. Uji Deskriptif

Untuk memaparkan dan mendeskripsikan gambaran data yang telah dikumpulkan diperlukan statistika deskriptif dalam penelitian ini. Analisis deskriptif ini bisa berupa tabel, grafik, diagram lingkaran, dan perhitungan presentase, median standar deviasi dan lainnya (Sugiyono, 2022).

a. Profil Responden

Kuesioner dibagikan oleh peneliti secara daring kepada generasi Z yang ada di Kota Purwokerto. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* ketika melakukan pengamblan sampel. Dalam hal ini yang termasuk dalam kategori responden adalah seseorang muslim yang tinggal di Purwokerto dan memiliki gedgeet. Serta berusia antara 17 tahun hingga 27 tahun. Profil responden disajikan sebagai berikut ini:

1) Agama

Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Agama Responden



Berdasarkan gambar yang terlihat pada diagram lingkaran di atas,

dapat terlihat jumlah responden yang mengatakan Ya adalah keseluruhan sampel, yaitu 100% dari seluruh 121 responden. jadi Responden secara keseluruhan merupakan beragama Islam atau muslim. Hal ini sesuai dengan kriteria penelitian yang lebih spesifik atau mengkhususkan pada masyarakat muslim.

2) Berdomisili di Purwokerto

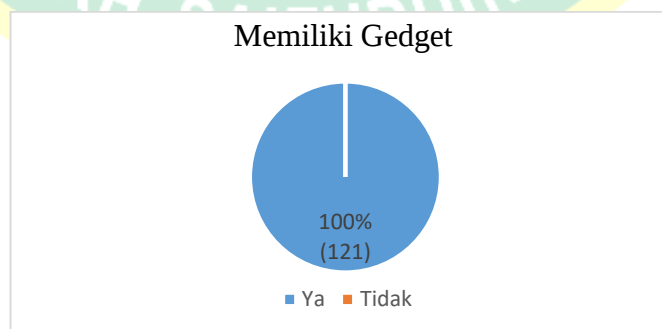
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran domisili Responden



Dari data responden yang digambarkan pada diagram lingkaran di atas menunjukkan bahwa seluruh responden berdomisili di Purwokerto. Presentase responden yaitu 100% dari seluruh 121 responden. Hal ini sudah sesuai karena penelitian peneliti hanya mencakup daerah Purwokerto saja.

3) Memiliki Gadget

Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Responden memiliki Gadget

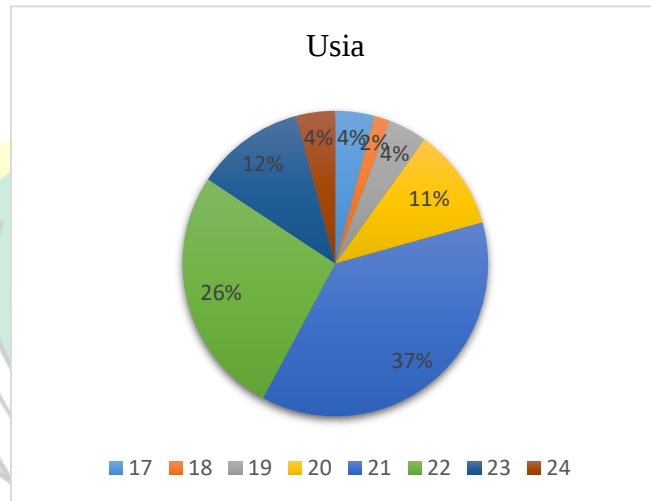


Sesuai dengan data pada diagram lingkaran yang ada dapat terlihat

jawaban dari responden. Diketahui seluruh responden yang berjumlah 121 sepakat mengatakan telah memiliki gedit dan jumlah presentasinya mencapai 100%.

4) Usia

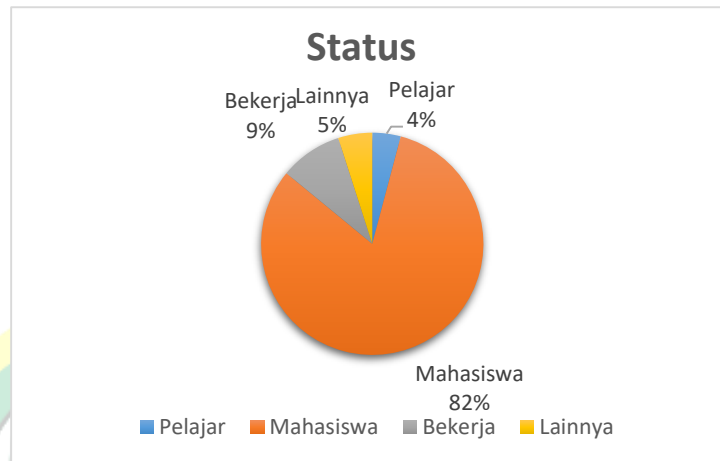
Gambar 4.4 Usia Responden



Dari diagram lingkaran pada tabel 4.4 tersebut dapat diketahui usia dari para responden. Diketahui responden yang berusia 17 tahun berjumlah 5 responden dengan presentase 4%, berusia 18 tahun berjumlah 2 responden dengan presentase 2%, berusia 19 tahun berjumlah 5 responden dengan presentase 4%, usia 20 tahun berjumlah 13 responden dengan presentase 11%, usia 21 tahun berjumlah 45 responden dengan presentase 37%, usia 22 tahun berjumlah 32 dengan presentase 26%, usia 23 tahun berjumlah 14 responden dengan presentase 12%, dan usia 24 tahun berjumlah 5 responden dengan presentase 4%. Jadi, seluruh responden masih termasuk generasi milenial karena masih dalam interval usia 17-27 tahun. Usia mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu berusia 21 tahun.

5) Status

Gambar 4.5 Status Responden



Berdasarkan dengan gambar yang ada pada diagram lingkaran setiap responden memiliki status yang tidak sama. Diketahui responden yang berstatus sebagai pelajar berjumlah 5 orang yang memiliki presentase sebesar 4%, yang berstatus sebagai mahasiswa sebanyak 99 responden dengan persentase 82%, dan yang bekerja sejumlah 11 orang dengan presentase 9% dan yang masih berstatus lainnya berjumlah 6 responden yang memiliki presentase 5%. Menurut data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berstatus sebagai mahasiswa.

2. Uji Persyaratan Instrumen

Perhitungan pengujian persyaratan instrumen, asumsi klasik dan juga pengujian hipotesis pada penelitian dilakukan menggunakan *Software Statiscal Pacage for the Social Science (SPSS)* versi 25.0 dan juga *Microsoft Excel* 2016.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan guna mengukur sah atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuesioner penelitian (Darma, 2021). Data ini didapatkan melalui penyebaran secara daring dan mendapatkan responden sejumlah 121. Untuk menentukan kevaliditasan data maka nilai r tabel harus lebih besar dari r hitung dan nilai signifikan harus kurang dari 0,05. Untuk menghitung r tabel, terdapat rumusnya seperti

berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{\text{tabel}} &= n-2 \\
 &= 121 - 2 \\
 &= 119 \\
 &= 0,1786
 \end{aligned}$$

Kemudian hasil pengujian validitas yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Uji Validitas

No	Instrumen	r hitung	r tabel	Sig (-tailed)	Keterangan
SEO Marketing (X1)					
1	X1.1	0,435	0,1786	0,000	Valid
2	X1.2	0,410	0,1786	0,000	Valid
3	X1.3	0,724	0,1786	0,000	Valid
4	X1.4	0,649	0,1786	0,000	Valid
5	X1.5	0,609	0,1786	0,000	Valid
6	X1.6	0,819	0,1786	0,000	Valid
7	X1.7	0,750	0,1786	0,000	Valid
8	X1.8	0,721	0,1786	0,000	Valid
Social Media Marketing (X2)					
1	X2.1	0,759	0,1786	0,000	Valid
2	X2.2	0,750	0,1786	0,000	Valid
3	X2.3	0,815	0,1786	0,000	Valid
4	X2.4	0,847	0,1786	0,000	Valid
5	X2.5	0,732	0,1786	0,000	Valid
6	X2.6	0,836	0,1786	0,000	Valid
7	X2.7	0,819	0,1786	0,000	Valid
8	X2.8	0,767	0,1786	0,000	Valid
Literasi Keuangan Syariah (X3)					
1	X3.1	0,694	0,1786	0,000	Valid
2	X3.2	0,642	0,1786	0,000	Valid
3	X3.3	0,743	0,1786	0,000	Valid

4	X3.4	0,545	0,1786	0,000	Valid
5	X3.5	0,856	0,1786	0,000	Valid
6	X3.6	0,691	0,1786	0,000	Valid
7	X3.7	0,806	0,1786	0,000	Valid
8	X3.8	0,838	0,1786	0,000	Valid
Minat Masyarakat Muslim (Y)					
1	Y1	0,823	0,1786	0,000	Valid
2	Y2	0,794	0,1786	0,000	Valid
3	Y3	0,724	0,1786	0,000	Valid
4	Y4	0,817	0,1786	0,000	Valid
5	Y5	0,859	0,1786	0,000	Valid
6	Y6	0,822	0,1786	0,000	Valid
7	Y7	0,847	0,1786	0,000	Valid
8	Y8	0,728	0,1786	0,000	Valid

(Sumber data : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024)

Berdasarkan data yang sudah terlampir diketahui bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang memiliki standar 0,1786. Dan dalam pengujian pada variabel X1, X2, X3 dan Y setiap itemnya memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Jadi, sesuai pengujian uji validitas tersebut dapat menunjukkan setiap instrumen pernyataan pada penelitian ini adalah valid dan dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui data yang dihasilkan bersifat terpercaya atau dapat diandalkan serta terbebas dari galat pengukuran (Darma, 2021). Menurut Ghazali instrumen dikatakan reliabel ketika *Alpha Cronbach* minimal 0,6 (Ghozali, 2013). Hasil pengujian dari reliabilitas dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
SEO Marketing	0,801	Reliabel

<i>Social Media Marketing</i>	0,914	Reliabel
<i>Literasi Keuangan Syariah</i>	0,875	Reliabel
<i>Minat Masyarakat Muslim</i>	0,920	Reliabel

(Sumber data : Hasil Olah Data SPSS 25, 2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitass, semua variabel yang digunakan peneliti yaitu *search engine optimization marketing* (X1), *social media marketing* (X2), dan literasi keuangasn syariah (X3) serta minat masyarakat muslim (Y) bersifat reliabel. Hal ini dikarenakan memiliki nilai cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Jadi, dapat disimpulkan semua variabel dapat dikatakan bersifat reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas menggunakan *Kolmogrov Smirnov* uji yang bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya data berdistribusi (Ghozali, 2018). Syarat uji normalitas yaitu:

- 1) H0: H0 diterima apabila nilai Sig > 0,05, maka dinyatakan berdistribusi normal.
- 2) H1: H1 diterima apabila niali Sig < 0,05, maka dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Berdasarkan data di atas nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 , dikarenakan *Asymp. Sig (2-tailed)* > *level og signifikan* ($\alpha=0,05$) atau 0,20 > 0,05. Jadi, H0 diterima dan H1 ditolak. Maka kesimpulannya data berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji yang digunakan untuk menghilangkan gejala korelasi antar variabel independen. Pengujian kali ini menggunakan patokan VIF dan juga nilai tolerance. Dinyatakakan terjadi multikolinearitas

apabila nilai VIF melebihi angka 10 (Ghozali, 2018). Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>SEO Marketing</i>	0,317	3,152
<i>Social Media Marketing</i>	0,291	3,441
Literasi Keuangan Syariah	0,335	2,989

Berdasarkan data pada tabel 4.5 nilai VIF dari *SEO marketing* (X1) sebesar 3,15, *social media marketing* (X2) sebesar 3,44, dan literasi keuangan syariah (X3) sebesar 2,98. Nilai VIF semua variabelnya < 10 . Nilai tolerance dalam tabel diketahui *SEO marketing* (X1) sebesar 0,317, *social media marketing* (X2) bernilai 0,291 dan literasi keuangan syariah bernilai 0,335. Masing-masing nilai tolerance dari setiap variabel $> 0,10$ Maka disimpulkan ketiga variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas berdasar nilai VIF dan tolerance.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan yang lain. untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas secara sederhana dapat membuat grafik scattplot. Jika gambar pada grafik menyebar menandakan adanya heteroskedastisitas dan sebaliknya, jika gambar grafik menggerombol menandakan tidak adanya heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas yang digunakan yaitu uji Glejser yang meregreskan nilai *absolute* residu kepada variabel independen. Kriteria dari pengujian ini adalah jika nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Nugraha & Billy, 2022). Berikut pengolahan datanya:

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	<i>Signifikan</i>
<i>SEO Marketing</i>	0,091

<i>Social Media Marketing</i>	0,062
Literasi Keuangan Syariah	0,225

Berdasarkan data tabel 4.6 nilai signifikan SEO *marketing* yaitu 0,091, *social media marketing* yaitu 0,062 dan literasi keuangan syariah yaitu 0,255. Nilai signifikan dari seluruh variabel independen lebih dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

Data yang digunakan dalam pengujian hipotesis menggunakan data yang sudah melewati proses MSI. *Method of Successive Interval* (MSI) merupakan metode yang digunakan untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi data interval. Terdapat beberapa prosedur pada uji t uji f dan lainnya yang mengharuskan menggunakan data interval (Prasetya & Putra, 2020). Data pada penelitian ini adalah data ordinal yang sudah di transformasi menjadi data interval menggunakan MSI. Transformasi data dilakukan menggunakan program microsoft excel pada add in.

a. Uji Signifikansi Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel independen secara individual saat menerangkan variasi dependen yang digunakan untuk mencari tahu ada pengaruh atau tidaknya antara masing masing variabel independen secara individual terhadap variabel yang diuji. Kriteria yang dimasukkan dalam uji t yaitu:

1) Rumusan Hipotesis

H_0 : variabel independen tidak berpengaruh parsial terhadap variabel dependen

H_a : variabel independen berpengaruh parsial terhadap variabel dependen

2) Kinerja pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3) Kriteria signifikansi

Peneliti menggunakan tingkat signifikansi α yang ditentukan sebesar 0,05

(5%) serta tingkat kepercayaan sebesar 0,95 (95%). Akan dikatakan signifikan jika $\alpha \leq 0,05$ (Ghozali, 2013).

4) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai Sig $\geq$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak.

$$T \text{ tabel} = \alpha / 2; (n-k)$$

$$= 0,05/2; (121 - 4)$$

$$= 0,025; 117$$

$$= 1,9797$$

Tabel 4.6 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	,831	1,349		,616	,539
SEO Marketing	,145	,087	,111	1,673	,097
Social media marketing	,541	,071	,521	7,611	,000
Literasi Keuangan Syariah	,380	,072	,346	5,284	,000

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat muslim

Berdasarkan output data diatas terdapat beberapa penjelasan yang dintrepetasikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Parsial *Search engine optimization marketing* Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukan bahwa *search engine optimization marketing* mempunyai $t_{hitung} 1,673 < t_{tabel} 1,979$ dengan nilai signifikan $0,097 > 0,05$. Dari data ini pernyataan hipotesis pertama (H_1) tentang *search engine optimization marketing* berpengaruh parsial terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah **ditolak**.

2. Pengaruh Parsial *Social media marketing* Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah

Berdasarkan data yang sudah melawati pengujian uji t social media maketing memiliki $t_{hitung} 7,611 > t_{tabel} 1,979$ dengan nilai signifikan

0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan *social media marketing* berpengaruh parsial terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah **diterima**.

3. Pengaruh Parsial Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah

Dari data pengujian output dari Literasi Keuangan Syariah memiliki t hitung 5,284 > t tabel 1,979 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah **diterima**.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mencari tahu apakah semua variabel independen dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

- a) H_0 : *SEO marketing*, *social media marketing*, dan literasi keuangan syariah **tidak berpengaruh** simultan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.
- b) H_a : *SEO marketing*, *social media marketing*, dan literasi keuangan syariah **berpengaruh** simultan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah.

Kriteria yang digunakan untuk dasar pengambil keputusan pengujian hipotesis keempat (H4) yaitu apabila t hitung $\geq t$ tabel dan nilai Sid < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Apabila t hitung < t tabel dan nilai Sig $\geq$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= (k-1; n-k) \\ &= (4-1; 121-4) \\ &= 3; 117 \\ &= 2,68 \end{aligned}$$

Berikut ini hasil pengujian uji simultan:

Tabel 4.7 Hasil data Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3550,600	3	1183,533	206,464	,000 ^b
	Residual	670,691	117	5,732		
	Total	4221,291	120			

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat muslim

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, SEO Marketing, Social media marketing

Diketahui nilai F tabel adalah 2,68. Berdasarkan tabel 4.8 diketahui F hitung $206,46 > F \text{ tabel } 2,68$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan Hipotesis keempat (H4) diterima. Jadi dapat disimpulkan hipotesis tentang *search engine optimization marketing*, *social media marketing*, dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah **diterima**.

c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R-Square)

Uji koefisien determinasi sebenarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model statistik menerangkan variabel bebas. Nilai koefisien determinasi dimulai dari angka nol hingga satu. Ketika nilai R square bernilai kecil atau mendekati 0 maka memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas, begitu juga sebaliknya. Berikut pengujian uji koefisien determinasi:

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 ^a	,841	,837	2,39424

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, SEO Marketing, Social media marketing

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,841 atau 84,1% yang berarti variasi dari variabel dependent minat masyarakat

muslim pada bank syariah dapat dijelaskan oleh variasi dari tiga variabel independent *search engine optimization marketing* (X1), *social media marketing* (X2), dan literasi keuangan syariah (X3). Sedangkan sisanya (100%-84,1%=15,9%) dipengaruhi oleh variabel lain seperti word of mouth, gaya hidup, religiusitas dan lainnya (Sulasih et al., 2022).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Search Engine Optimization Marketing* Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji regresi linear menggunakan aplikasi SPSS versi 25 menunjukkan bahwa *search engine optimization marketing* (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan pada tabel 4.6 yang menyatakan bahwa nilai t hitung sebesar $1,673 < t \text{ tabel } 1,979$ dengan nilai signifikan sebesar $0,097 > 0,05$, **sehingga H1 ditolak.**

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, D.R (2021) yang menyatakan *search engine optimization* tidak berpengaruh langsung terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Alwi et al., (2022) yang menyatakan *search engine optimization* berpengaruh positif terhadap minat beli.

Menurut pernyataan Mahmud (2016) sikap merupakan suatu reaksi ataupun respon stimulasi sosial yang dapat dikondisikan. Didefinisikan menurut Damiani, dkk (2017), sikap adalah suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaanya dan ketidaksukaanya terhadap suatu objek (Fadila & Purnama, 2023). Sikap untuk berminat pada bank syariah dapat diartikan sebagai seseorang yang telah mengerti dan mengetahui keunggulan dan manfaat dari bank syariah melalui *SEO marketing*. Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *SEO marketing* dan minat masyarakat muslim pada bank syariah.

Pada variabel *search engine optimization marketing* tidak sejalan dengan teori yang digunakan karena variabel *search engine optimization marketing* tidak berpengaruh pada variabel minat masyarakat muslim pada bank syariah. hal ini mengartikan *theory of planned behaviour* yang dikembangkan Variabel *search engine optimization marketing* bertolak belakang pada teori yang digunakan yang menyatakan bahwa faktor utama suatu perilaku yang memengaruhi niat yaitu norma subjektif, sikap terhadap perilaku, dan kendali perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991).

Hasil dari pendapat responden nomor urut 17,28, dan 40 terlihat bahwa responden memilih jawaban sangat tidak setuju terhadap item pertanyaan yang menyatakan bahwa konten iklan mengenai bank syariah informatif dan sesuai. Masyarakat muslim lainnya mungkin akan lebih tertarik jika konten iklan menggunakan *search engine optimization marketing* lebih menarik lagi dan sesuai dengan keinginan konsumen serta sesuai juga dengan perkembangan zaman.

Jika masyarakat muslim memiliki ketidakpuasan yang kurang baik pada bank syariah, maka motivasi untuk menggunakan bank syariah juga berkurang. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa minat masyarakat muslim masih rendah karena *marketing* lewat SEO belum bisa menjangkaunya sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa SEO *marketing* tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. Dalam temuan penelitian dikatakan hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang mendalam tentang layanan yang digunakan pada platform digital. Strategi pemasaran digital tidak cukup efektif, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih terarah untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan (D. R. Putri, 2021).

Hasil penelitian ini sesuai dengan ayat yang ada dalam Al-qur'an yaitu pada surat Al- Maidah ayat 48 yang artinya: "*untuk tiap-tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat, tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allaah-lah kembali kamu semuanya, lalu*

diberitahukan-Naya kepadamu apa yang telah kamu persilihkan itu” (Q.S Al-Maidah ayat 48).

Ayat ini menjelaskan perbedaan sudah menjadi hukum yang dikehendaki Allah. Allah berkuasa untuk menjadikan manusia menjadi satu umat yang tanpa perbedaan tapi seperti yang dijelaskan ayat diatas Allah menghendaki adanya perbedaan. Kemudian perbedaan itu dijadikan sebagai ujian untuk seseorang untuk menguji sipakah yang akan terus melakukan kebajikan dibersamai perbedaan perbedaan yang ada. Oleh karena itu perbedaan penelitian hasil penelitian mengenai search engine optimization terhadap minat masyarakat muslim dengan penelitian lainnya merupakan suatu yang bisa terjadi. Dan ada kemungkinan karena perbedaan faktor-faktor lain yang menyebabkannya.

2. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah

Berdasarkan pengujian menggunakan aplikasi SPSS versi 25 menunjukan bahwa *social media marketing* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah (Y). Melalui hasil perhitungan pada tabel 4.7 memiliki nilai t hitung 7,611 lebih besar dari t tabel 1,979 dan juga nilai signifikansinya 0,00 lebih kecil dari 0,05, **sehingga H2 diterima.**

Dilihat dari hasil di atas menunjukan bahwa dalam memilih bank yang digunakan, masyarakat muslim akan mempertimbangkan bank syariah. Salah satu tujuan adanya *social media marketing* adalah untuk menyebarkan informasi secara cepat. Semakin besar *marketing* yang dilakukan lewat sosial media maka akan semakin besar masyarakat melihat dan mendapatkan kepuasan informasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu sejalan dengan penelitian Nugraha, (2023) yang menyatakan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Lubis et al., (2020) dalam Abdjul et al., (2022) bahwa *social media maketing* merupakan variabel yang kurang

dominan dalam mempengaruhi keputusan.

Penelitian ini menghasilkan kesesuaian antara data dan *theory of planned behaviour* dimana *social media marketing* yang baik menimbulkan kepercayaan dan minat masyarakat muslim pada bank syariah. *Social media marketing* mempengaruhi minat konsumen akan sebuah produk, yang kemudian mempengaruhi minat beli konsumen. *Social media marketing* juga dapat menciptakan strategi perusahaan melalui mekanisme membangun kepercayaan yang mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk secara online Usman dan Okafor (2019) dalam (Alwi et al., 2022). Dalam hal ini *Social media marketing* dapat digunakan sebagai alat untuk membangun kepercayaan terhadap masyarakat muslim untuk menggunakan bank syariah.

Temuan pada penelitian lain menyatakan dengan adanya kemajuan teknologi dan kecenderungan generasi milenial untuk mengandalkan social media dan juga platform digital yang lainnya untuk mencari informasi dan alat berkomunikasi. Strategi *digital marketing* lewat media sosial yang efektif dapat membantu meningkatkan minat, kesadaran, dan kepercayaan generasi milenial terhadap produk asuransi dan produk fintech syariah. (Dewi et al., 2015). Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian dari peneliti. Social Media maketing yang efektif disepakati mempengaruhi tingkat minat masyarakat muslim. Hal ini sesuai dengan indikator *content creation* yang ada pada pertanyaan dalam kuesioner bahwa masyarakat muslim gen Z sepakat bahwa bank syariah selalu menyajikan konten menarik untuk mendorong minat masyarakat muslim.

Hasil penelitian ini sejalan dengan ayat Al-Qur'an dalam surat Yunus ayat 101 yang artinya: "*katakan (wahai Muhammad), perhatikanlah apa saja yang ada di langit dan di bumi. Tidaklah bermanfaat tanda-tanda (kebesaran Allah) dan rasul-rasul yang memberi peringatan bagi orang yang tidak beriman*" (Q.S Yunus ayat 101).

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah menciptakan berbagai ciptaannya seperti gunung, laut, hujan, tumbuhan dan lainnya untuk dimanfaatkan manusia dengan baik. Dan melalui temuan teknologi yang melahirkan social media

harus dimanfaatkan untuk kebaikan juga. Pemanfaatannya antara lain menggunakan *social media* untuk sarana *marketing* kepada masyarakat muslim untuk memperkenalkan bank syariah.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah

Berdasarkan uji regresi linear menggunakan aplikasi SPSS versi 25 menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah (X3) secara parsial berpengaruh parsial dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah (Y). Melalui hasil perhitungan pada tabel 4.7 diperoleh t hitung sebesar 5,284 $> t$ tabel 1,979 dan nilai Sig 0,000 $< 0,05$, **sehingga H3 diterima.**

Dilihat dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa dalam memilih bank, masyarakat muslim akan mempertimbangkan lewat literasi keuangan syariah yang diperoleh. Salah satu tujuan masyarakat muslim memiliki literasi keuangan syariah yaitu agar memiliki standar pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk mengatur keuangan yang dimiliki.

Pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu sejalan dengan penelitian dari Nuraini et al., (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Dan berbeda dengan penelitian Ismanto (2018) dalam Sugiarti, (2023) yang menyatakan bahwa seseorang tetap berminat menggunakan bank syariah walaupun tidak memiliki pengetahuan yang baik.

Pada penelitian ini berdasarkan data responden, masyarakat muslim terutama generasi milenial banyak yang memiliki pengetahuan akan literasi keuangan syariah. Salah satunya mengetahui dengan sistem bagi hasil dan hal-hal mengenai riba di bank syariah. Berdasarkan hal tersebut masyarakat muslim gen Z di Purwokerto termasuk dalam kategori *sufficient literate*. *Sufficient literate* yaitu orang dari golongan yang mempunyai pengetahuan juga kepercayaan mengenai lembaga jasa keuangan beserta produk dan jasanya. Termasuk fitur, manfaat, dan risiko serta hak dan kewajiban yang berkaitan dengan produk dan jasa keuangan. dalam hal ini. Salah satu daerah yang

masyarakatnya sama-sama sudah termasuk dalam kategori *sufficient literate* adalah Kota Solo (Satyawati, 2019).

Temuan dalam penelitian Riksyono (2017) semakin baik pengetahuan seseorang tentang bank syariah semakin tinggi juga kemungkinan seseorang tersebut untuk menabung di bank syariah. Hal tersebut sejalan seperti adanya pada data penelitian yang peneliti lakukan. Peneliti dalam observasinya menemukan bahwa masyarakat muslim dalam penelitian ini termasuk kategori kelompok *sufficient literate*. Salah satunya dikarenakan masyarakat muslim generasi Z pada indikator pengetahuan menyetujui bahwa mayoritas mengetahui bank syariah menerapkan sistem bagi hasil. Kemudian berhubungan dengan indikator kepercayaan dimana orang sudah memiliki pengetahuan tentang bank syariah akan mempercayakan dan lebih nyaman untuk menggunakan bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan dalil Al-Qur'an dalam surat Al-Isra ayat 26. Allah berfirman yang artinya: *"Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros"* (Q.S Al-Isra ayat 26).

Ayat ini menjelaskan tentang anjuran Allah kepada umat-Nya untuk guna bisa memiliki pengelolaan keuangan yang baik dan bisa memanfaatkan hartanya serta berperilaku tidak boros. Dan hal ini sejalan untuk memiliki literasi keuangan syariah yang baik untuk mencapai tujuan tersebut.

4. Pengaruh SEO Marketing, Social Media Marketing, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim pada Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel SEO marketing, social media marketing, dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel anova yang memiliki nilai F hitung 206,46 lebih besar dari F tabel 2,68 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka pernyataan bahwa *search engine optimization marketing*, *social media marketing* dan literasi keuangan syariah berpengaruh simultan terhadap minat masyarakat muslim pada bank

syariah, sehingga **H4 diterima**. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,841 atau 84,1% yang berarti bahwa variabel minat masyarakat muslim pada bank syariah dapat dijelaskan oleh *search engine optimization marketing* (X1), *social media marketing* (X2), dan literasi keuangan syariah (X3) sebesar 84,1%. Sedangkan sisanya 15,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan teori TPB yang menggambarkan minat sebagai niat dalam berperilaku terencana yang dipengaruhi faktor norma subjektif dan kontrol perilaku individu. Dengan memahami faktor faktor ini dapat, membantu dalam merancang rencana atau suatu program yang efektif yang dapat merubah perilaku suatu individu untuk tertarik.

Minat berhubungan dengan tekad seseorang. Dengan adanya minat maka tekad seseorang berjalan beriringan. Jika seseorang berminat pada suatu hal maka akan bertekad dan bersungguh-sungguh dalam melakukan yang terbaik. Dalam ajaran Islam konsep bersungguh-sungguh dalam melakukan sesuatu terdapat dalam ayat Al-Qur'an surat Al- Ankabut ayat 69, Allah befirman:

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ٦٩

Artiya: “Dan orang-orang yang bersungguh-sungguh untuk (mencari keridaan) kami, kami akan tunjukan pada mereka jalan-jalan Kami. Dan sungguh, Allah beserta orang-orang yang berbuat baik.” (Q.S Al-Ankabut;69)

Kesungguhan dalam hidup yang itu sampai tingkat keyakinan bahwa yang kelihatannya dianggap mustahil bisa diselesaikan dan dipecahkan manusia. Hal ini seperti yang digambarkan dalam ungkapan batu yang keras bisa berlubang dikarenakan tetesan air yang terus menerus. Allah Swt Dalam firmannya menjanjikan bahwa bagi manusia yang melakukan segala sesuatu dengan sungguh-sungguh semata-mata untuk mendapat rida-Nya, maka Allah akan membukakan jalan kemudahan baginya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang dilakukan, maka peneliti telah membuat kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *search engine optimization marketing* secara parsial **tidak berpengaruh signifikan** terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. Meskipun masyarakat muslim dan banyak pengguna internet melakukan pencarian di halaman pencarian mesin pencari setiap harinya akan tetapi informasi mengenai bank syariah masih kurang dan belum bisa dijangkau oleh banyak orang. Sehingga masyarakat belum mendapat ketertarikan dan minat mengenai bank syariah lewat *search engine optimization marketing*.
2. Hasil penelitian kedua menunjukkan **adanya pengaruh signifikan secara parsial** antara *social media marketing* terhadap minat masyarakat muslim terhadap bank syariah. Masyarakat muslim beranggapan bahwa *marketing* melalui social media dapat banyak informasi yang diberikan sehingga menumbuhkan kepercayaan dan minat pada bank syariah.
3. Hasil penelitian mengenai literasi keuangan syariah **secara parsial memiliki pengaruh signifikan** terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat muslim gen milenial di Purwokerto termasuk dalam kategori *sufficient literate* yaitu golongan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan kepercayaan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, risiko, manfaat, dan kewajiban, hak terkait produk jasa keuangan. Dengan ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki literasi keuangan syariah lebih tinggi potensinya untuk berminat pada bank syariah.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *search engine optimization marketing*, *social media marketing* dan literasi keuangan syariah **secara simultan berpengaruh signifikan** terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah. Minat berhubungan dengan sikap seseorang mengenai suatu hal. dengan

adanya minat seseorang dapat mempertimbangkan sikap dan langkah selanjutnya untuk mengambil suatu keputusan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi pada penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut:

1. *Search engine optimizaton marketing, social media marketing*, dan literasi keuangan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah dikarenakan calon nasabah dapat mempercayai faktor-faktor tersebut untuk memilih bank syariah. Hasil tersebut mengandung implikasi bagi calon nasabah muslim yang lain yang belum mengetahui dan mengenal bank syariah, menjadi tertarik hingga memutuskan dan menggunakannya karena melihat pengalaman seseorang yang sudah berminat pada bank syariah lewat pengetahuan literasi keuangan syariah maupun lewat *marketing* dari sosial media dan search engine.
2. *Social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah dikarenakan sistem *marketing* yang menarik yang dilakukan oleh bank syariah sendiri. Hal ini mengandung implikasi bagi bank syariah agar kedepannya dapat melakukan inovasi dan kreatifitas untuk memasarkan produk, jasa, dan branding perusahaan lewat sosial media. *Social media marketing* diharapkan digunakan maksimal untuk memberikan informasi menarik pada masyarakat.
3. Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada bank syariah dikarenakan literasi keuangan syariah yang baik yang dimiliki generasi Z di Purwokerto. Hal ini mengandung implikasi bagi pemerintah dan masyarakat agar kedepannya bersama-sama mengedukasi tentang literasi keuangan. Khususnya pada masyarakat muslim yang memiliki panduan utama dalam beramalialah di kehidupan yaitu Al-qur'an dan hadits jadi tidak hanya memiliki literasi keuangan saja juga harus dengan literasi keuangan yang berbasis syariah sehingga tidak hanya mengetahui manfaat dan resiko finansial tetapi juga dapat mengikuti tuntunan agama untuk meninggalkan hal-hal yang tidak sesuai syariat.

C. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan antara lain:

1. Keterbatasan responden yaitu dalam penelitian ini responden hanya berjumlah 121 responden. Keterbatasan selanjutnya, penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup yang menyebabkan tidak bisa menggunakan pendapat pribadi responden di luar pertanyaan dari penelitian. Sehingga kurang mewakili seluruh pendapat responden yaitu masyarakat muslim di wilayah Purwokerto yang berminat pada bank syariah.
2. Penelitian ini menggunakan uji dua arah sehingga hanya sampai mengetahui pengaruh antar variabel dependen belum sampai mengetahui arah hubungannya apakah positif atau negatif.
3. Pengumpulan data melalui *google form* mempunyai kelebihan efektif dan efisien digunakan, namun penggunaan *google form* memiliki kekurangan dalam analisis data karena menggunakan skala likert sehingga terbatas menggali informasi secara keseluruhan. Penelitian selanjutnya diharapkan menggabungkan metode menggunakan data sekunder untuk menemukan informasi lain jawaban dari responden sehingga dapat memperkuat data yang diperoleh.

D. Saran

Adapun saran dari peneliti setelah melakukan penelitian berdasarkan pada hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya mengenai variabel independen *SEO marketing* tetap digunakan. Gunakan variabel ini dengan objek yang berkaitan dengan e-commerce menggunakan dengan lebih banyak sampel penelitian dan karakteristik responden yang lebih menyeluruh lagi serta mempertimbangkan indikator-indikator yang lainnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan di wilayah lain atau dengan karakteristik responden yang lain sehingga jumlah sampel semakin besar dan bervariasi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan akurat lagi dalam penelitian mengenai minat masyarakat

muslim pada bank syariah. Kemudian dapat menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka untuk memperoleh jawaban yang kuat.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan uji lainnya untuk memperoleh penemuan yang lain dengan menggunakan metode atau kriteria yang berbeda. misalnya berdasarkan gender/ jenis kelamin, latar belakang pekerjaan/jenis pekerjaan/status pekerjaan, tingkat pendapatan, mahasiswa dengan latar belakang keorganisasian ataupun lainnya.



Daftar Pustaka

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Adiyanto, Reza, M., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi keuangan syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akdon, & Riduwan. (2020). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Cetakan Kedua* (cetakan ke). alfabeta.
- Alam, A. P., & Lubis, J. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Medan. *Islamic Circle*, 2(1), 16–27. <https://doi.org/10.56874/islamiccircle.v2i1.483>
- Alwi, A., Rahmatsyah, H. W., & Hermina, N. (2022). Pengaruh Search Engine Optimization, dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Melalui E- Service Quality diEe-commerce Pada Masa Pandemic Covid-19. *Forum Ekonomi*, 24(2), 346–354.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis SEO (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4(2), 87–94.
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah: Studi pada Mhasiswa S1 FE Universitas Bawijaya. *Jurnal Ekonomi, Keangan, Dan Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809.
- Aziz, J. A., Dahlan, A., Atttabik, Solikhin, I., Hilyatin, D. L., Shafrani, Y. S., Hadi, R., & Sochimim. (2021). *Buku Panduan Materi Ujian Komprehensif* (U. B. L. F. E. dan B. I. I. Purwokerto (Ed.)).
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- BPS. (2020). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2020*. BPS Kabupaten Banyumas.

- BPS. (2021). *Perguruan Tinggi¹, Jumlah Mahasiswa dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi di Kabupaten Banyumas, 2019/2020 dan 2020/2021*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas.
- Clambs. (2024). *SEO data Testimony OCBC*. <httpx://cmlabs.co/en-us/case-studies/testimony-ocbc-nisp-seo-service-seo-content-writing>
- Dahlia, M. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah*. 2507(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. GUEPEDIA.
- Darmawansyah, T. T., Aguspriani, Y., Polindi, M., Fitriani, P. D., & Setiadi, R. M. S. (2023). *Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Generasi Milenial*. VIII(I), 35–48.
- Dayyan, M., Fahriansah, & Juprianto. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 1(1), 1–19.
- Dewi, D. R., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 1–19.
- Fadila, N., & Purnama, I. (2023). Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Minat Beli pada Toko Diana. *Junal Of Student Research*, 1.
- Fahmi, M. N., Ghofur, A., Dahlan, A., & Adenan, C. (2024). *AHCS Concept and Implementation of Murabahah Agreements in The Sharia Banking Sector in Indonesia Perspective of Contemporary Ulama*. 5(1), 53–63.
- Fariani, E., Haris Riyaldi, M., & Prihatina Eka Furda, Y. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *Al-Akham: Jurnal Syari'ah Dan Peradilan Islam*, 1(2), 1–17.
- Firdhausa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Supremasi Hukum*, 17(02), 96–103. <https://doi.org/10.33592/jsh.v17i02.1227>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. (7th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25*. In *Universitas Diponegoro* (9th ed.).

- Gunelius, & Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw Hill.*
- Haas, A., & Unkel, J. (2019). Ranking versus Reputation: Perception and Effects of Search Result Credibility. *Behaviour & Information Technology*, 36(12), 1285–1298. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2017.1381166>
- Investments, I. (2023). *5 Tips on How to do Marketing and Advertising in Indonesia*. Indonesia Investments.
- Iqbal, M., Khalid, M. N., Manzoor, D. A., Abid, M. M., & Shaikh, N. A. (2022). Search Engine Optimization (SEO): A Study of important key factors in achieving a better Search Engine Result Page (SERP) Position. *Sukkur IBA Journal of Computing and Mathematical Sciences*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.30537/sjcms.v6i1.924>
- Iska, S. (2014). *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia* (2nd ed.). Fajar Media Press.
- Iskandar, J., Najib, M., & Muklis, A. Y. (2020). Analisis Pengaruh Model, AISAS (Attention, Interest, Search, Action & Share) Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Syariah (Studi Kasus Followers Instagram Perbankan Syariah). *Islamic Banking*, 5(2), 2686–5146.
- Khraim, H. S. (2015). The Impact of Search Engine Optimization on Online Advertisement: The Case of Companies using E-Marketing in Jordan. *American Journal of Business and Management*, 4(2), 76–84. <https://doi.org/10.11634/216796061504676>
- Mahasinul Akhlak, M. L. (2021). Implementasi Teknik Local Search Engine Optimation (SEO) Menggunakan Google My Bussiness (Studi Kasus Di Tb. Jaya Sukses). *Transformasi*, 17(2), 56–69.
- Mousmedia. (2020). *Pengertian SEO, Dan Indikator-Indikator SEO*.
- Nasution, H. F. M. P. (2017). Instrumen Penelitian dan Urgensinya Dala Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Almasharif*, 4(1), 9–15.
- Neuman, & L, W. (2014). *Social Research Methods; Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Ngadirin Setiawan. (2016). *Bank Syariah kritik atss implementasi sistem profit and loss sharing dan perlakuan akutansi keuangan syariah*.
- Nugraha, & Billy. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.

- Nugraha, I. (2023). *Pengaruh Search Engine Optim Ization Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk*.
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291–304.
- Nurlaeli, I., & Sarpini. (2022). Peningkatan Financial Literacy dan Implementasi Sistem Ekonomi Syariah bagi Guru Ekonomi dan Pegawai Lembaga Keuangan Syariah (BMT) di Sokaraja Banyumas. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 91–102. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v1i2.11>
- Nurromah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153.
- Nusaibah, U. (2023). Digitalisasi Ekonomi Syariah di Kalangan Generasi Z Untuk Peningkatan Literasi Keuangan Syariah (Studi Kasus Mbanking BSI). *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 12(1), 12–22.
- Orenz, B. (2022). *Digital Marketing Trend 2022 Di Indonesia*. BOC Indonesia. <https://www.boc.web.id/digital-marketing-trend-2022-di-indonesia/>
- Petersen, M. N. J. A. (2021). Keyword Selection Strategies in Search Engine Optimization: How Relevant is Relevance? *Journal of Retailing*, 97(4), 746–763.
- Populasi Idonesia 2024. (2024). Tinjauan Populasi Dunia. <https://worldpopulationreview.com/countries/indonesia>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Putri, D. R. (2021). Digital Marketing Strategy to Increase Brand Awareness and Customer Purchase Intention (Case Study: Ailesh Green Consulting). *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 87–93. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.1063>
- Putri, Y. M. A. (2023). Pergeseran Media Periklanan Indonesia Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Universitas Pramita Indonesia*, 17(2), 854–7904.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (3rd ed.). Tiga Ebook.
- Raka, L., Darmansyah, R., Judijanto, L., Justin Foera-era Lase, F. H., KUswanti, F., & Kalip, K. (2024). *Pendidikan Karakter Gen Z di Era Digital* (Sepriano (Ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Ramadayanti, L., & Martilova, N. (2023). Analisis Financial Literacy Dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 171–184.
- Ramdani, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah[skripsi, Publikasi]. In *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Remund D.L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2).
- Rizaty, & Ayu, M. (2022). *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 2022*. DataIndonesia.
- Santrock, D. R., & Smith, B. (2018). Hallux Valgus Deformity and Treatment: A Three-Dimensional Approach: Modified Technique for Lapidus Procedure. *Foot and Ankle Clinics*, 23(2), 281–295.
- SATYAWATI, S. A. (2019). *ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN UMKM KOTA SOLO (Studi Kasus : Pasar Klewer, Beteng Trade Center, Pusat Grosir Solo, Pasar Triwindu, Pasar Gede dan Pasar Singosaren)*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Slamet, R., & Aglis, H. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. CV. BUDI UTAMA.
- Sohail, A. (2012). Search Engine Optimization Methods & Search Engine Indexing for CMS Applications. *Lappeenranta University of Technology*, 1–75.
- Subandiyah. (2017). Pembelajaran Literasi Dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia. *Paramasastra*, 2(1).
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766–772.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sulaemang. (2015). Hukum, Riba, Hadist . *Al-'Adl*, 8(1), 156–172.
- Sulasih, S., Ulya, R. Y., & Novandari, W. (2022). Identifikasi Minat Memilih Produk Bank Syariah Melalui Peran Gaya Hidup, Religiusitas Dan Literasi

- Keuangan Syariah. *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 3(2), 233–252. <https://doi.org/10.24042/al-mal.v3i2.11907>
- Suliyanto. (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal Atau skala Interval. *Seminar Prosiding Statistika Nasional*, 978–979.
- Sunarko, A. (2015). Iptek dalam perspektif al- qur'an. *Manarul Qur'an*, 1–14. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/mq/article/view/899>
- Utami, H. T., Wanojalen, K., & Aziz, F. A. (2022). Socio-Economic Factors, Islamic Financial Literacy and Personal Financial Management in University Lecturers in Indonesia. *Baltic Journal Of Law & Pollitcs A Journal of Vyttautas Magnus University*, 15(2), 2022. <https://doi.org/10.2478/bjlp-2022-001001>
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Insania.
- Xiang, Z., & Hukum, R. (2013). “Online Competitive Information Space for Hotels: An Information Search Perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(5), 530–546.
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.4117>
- Yudanegara, A., Saputra, D., & Muttaqin, R. (2024). Increasing Digital Marketing Effectiveness by Implementing Search Engine Optimization (SEO) in The Indonesian Banking Sector. *Tchnuium Business and Management*, 9.
- Yuliana, W. (2019). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Bank Syariah Mandiri (Studi Bank Syariah Mandiri Sumbawa). *Journal of Accounting, Finance, and Auditing*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.37673/jafa.v1i1.192>
- Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. (2nd ed.). Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Zain, F. M., & Khairina. (2020). *Kabupaten Banyumas Akan Dimekarkan Jadi 3 Daerah Otonom*. Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2020/10/21/14305771/kabupaten-banyumas-akan-dimekarkan-jadi-3-daerah-otonom>
- Zaman, Zunairi, Mehmood, Bilal, Aftab, Rashid, Siddique, Shahid, M., & Ameen, Y. (2017). Role of Islamic Financial Literacy in the Adoption of Islamic Banking Services : An Empirical Evidence from Lahore, Pakistan. *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)*, 7(2), 230– 247.
- Zhu, X., & Tan, Z. (2012). SEO Keyword Analysis and its Application in Website

Editing System. *Internal Coference On Wireless Communications,
Networking and Mobile Computing.*



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan nama saya Hanun Ihda Asyhfia mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul "*Pengaruh Search Engine Optimization Marketing, Social Media Marketing dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah (Studi Kasus Gen Z di Purwokerto)*". Pada penelitian ini saya membutuhkan saudara/ saudari sebagai responden.

Tujuan dari penelitian pengisian kuesioner ini sebagai dasar analisis penelitian dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis serta tidak ada keperluan lain, sehingga kerahasiaan data akan terjamin.

Atas perhatian dan kesediaan anda sebagai responden yang mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terimakasih banyak. Semoga hari anda dilimpahkan kebaikan dan keberkahan selalu oleh Allah Swt.

PETUNJUK PENGISIAN

- a. Dimohon mengisi identitas responden secara lengkap.
- b. Bacalah dengan teliti pertanyaan/ pernyataan sebelum menjawab,
- c. Instrumen penelitian menggunakan skala likert(1-5)

SS	: Sangat Setuju	(5)
S	: Setuju	(4)
N	: Netral	(3)
TS	: Tidak Setuju	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)
- d. Berilah jawaban yang benar dan jujur agar dapat diperoleh data yang akurat dan objektif.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Email :
3. Usia :
4. Status :
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Bekerja
 - d. Lainnya
5. Apakah anda beragama islam?
6. Apakah anda berdomisili di Purwokerto?
7. Apakah anda memiliki gadget (HP/laptop/Komputer dll)

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION MARKETING						
Search Intent pada keyword						
1.	Menulis <i>keyword</i> mengenai produk bank syariah memudahkan pengunjung mengakses informasi.					
2.	Menampilkan hasil pencarian hanya lewat <i>keyword</i> tentang bank syariah membuat mood pengunjung baik.					
Konten yang relevan						
3.	Konten iklan mengenai bank syariah informatif dan sesuai keinginan konsumen.					
4.	Dengan adanya konten yang menarik mendorong untuk mencari informasi lebih lanjut.					
Alamat halaman yang ramah pengguna						
5.	Teknologi pengaman <i>website</i> yang baik dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung.					
6.	Saya rasa <i>website</i> yang berhubungan dengan bank syariah memiliki <i>keyword</i> yang mudah dipahami.					
Website yang menarik dan akurat.						
7.	Bank syariah memiliki <i>website</i> sehingga memudahkan saya ketika mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan saya					
8.	Desain <i>website</i> yang penuh warna dan rapi mempengaruhi ketertarikan calon nasabah.					
SOCIAL MEDIA MARKETING						
Content sharing						
1.	Konten dibagikan secara konsisten kepada konsumen melalui <i>website</i> .					
2	konsumen dapat mengkses dengan mudah informasi dan konten yang dibuat bank syariah melalui <i>website</i> atau media sosial.					
Content creation						
3.	Saya merasa bank syariah selalu menyajikan konten menarik untuk mendorong minat masyarakat muslim					
4.	Saya merasa tertarik untuk menggunakan produk bank syariah karena konten yang					

	ditampilkan.					
Connecting						
5.	Bank syariah mendapat respon dari masyarakat muslim karena memiliki produk tanpa riba.					
6.	Bank syariah mendepankan kualitas akan pelayanan dan tanggap akan keluhan					
Commnuity building						
7.	Bank syariah memberikan kesempatan terbuka pada mereka yang ingin berkonsultasi seputar mengenai produk bank syariah yang belum diketahui.					
8.	Bank syariah mengadakan event untuk promosi dan interaksi pada masyarakat					
LITERASI KEUANGAN SYARIAH						
Pengetahuan						
1.	Saya mengetahui bank syariah menerapkan sistem bagi hasil.					
2.	Saya mengetahui bunga pada bank konvensional termasuk riba.					
Kemampuan						
3.	Saya mampu mengolah keuangan saya dengan baik					
4.	Saya bertanggung jawab atas perilaku saya sendiri.					
Sikap						
5.	Saya memilih menggunakan layanan keuangan berbasis syariah					
6.	Saya menghindari layanan keuangan yang berpotensi menimbulkan riba.					
Kepercayaan						
7.	Saya mempercayakan uang pribadi di bank syariah agar terhindar dari bunga riba.					
8.	Saya merasa lebih nyaman saat menabung di bank syariah					
MINAT						
Transaksional						
1.	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan bank syariah					
2.	Saya akan tetap memilih produk bank syariah meskipun ada produk lain.					
Referensi						
3.	Saya ingin menggunakan produk pada					

	bank syariah karena transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat islam					
4.	Saya percaya bahwa bank syariah dapat menjalankan dapat menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah					
Eksploratif						
5.	Saya mencari informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah.					
6.	Saya mencari informasi positif untuk meyakinkan diri saya menggunakan bank syariah					
Preferensial						
7.	Transaksi bank syariah mudah digunakan.					
8.	Saya ingin menabung di bank syariah karena percaya dalam menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah.					



Lampiran 2: Data Ordinal

NO	x1 p1	x1 p2	x1 p3	x1 p4	x1 p5	x1 p6	x1 p7	x1 p8	Tot al x1	x2 p1	x2 p2	x2 p3	x2 p4	x2 p5	x2 p6	x2 p7	x2 p8	Tot al x2	x3 p1	x3 p2	x3 p3	x3 p4	x3 p5	x3 p6	x3 p7	x3 p8	Tot al x3	Y p1	Y p2	Y p3	Y p4	Y p5	Y p6	Y p7	Y p8	To tal Y
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	4	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	3	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	5	4	4	5	5	4	5	36	4	4	4	4	3	3	5	4	31	5	3	3	5	3	3	4	5	31	5	4	5	4	5	3	4	5	35
8	5	5	4	5	5	4	4	4	36	4	5	4	4	5	4	5	4	35	5	5	5	5	4	4	4	5	37	5	5	5	4	5	4	4	4	36
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	3	4	4	3	4	2	4	4	28	3	3	4	4	3	3	3	3	26	4	4	2	4	3	3	3	3	26	3	3	4	3	3	3	3	4	26
11	5	5	5	4	5	4	5	5	38	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	5	5	5	5	4	4	37	5	5	5	5	5	5	3	3	36
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	5	3	5	5	3	33	3	5	5	3	5	5	5	5	36
14	5	5	3	4	5	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	3	3	3	4	3	3	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	3	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	5	5	5	34	5	4	4	4	4	5	5	4	35
16	5	4	3	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	2	4	4	4	4	4	30	3	4	4	3	4	4	4	3	29
17	5	1	3	5	5	3	5	4	31	4	4	3	3	4	3	3	3	27	4	4	4	4	3	5	4	4	32	3	3	3	3	3	3	4	3	25
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	5	4	4	4	34	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	5	3	4	4	4	4	5	34	4	5	4	3	4	4	5	4	33	4	4	4	5	4	5	4	4	34	5	4	4	5	4	4	4	4	34
20	5	5	5	3	4	3	3	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	3	3	3	4	4	3	4	4	28	4	4	3	3	3	3	3	4	27	4	4	3	4	3	4	3	3	28	3	3	3	3	3	2	3	3	23
22	5	4	4	5	5	5	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	4	4	5	5	5	5	5	37	4	5	5	4	4	5	5	4	36
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	5	5	5	5	4	5	5	38	5	5	4	4	4	4	5	4	35	4	4	4	4	4	5	3	5	33	4	4	5	3	4	3	3	3	29

25	5	5	4	4	5	4	3	5	35	5	4	4	3	3	3	3	3	28	4	3	5	5	2	5	2	2	28	3	3	3	3	3	3	3	24
26	5	5	4	5	4	4	4	5	36	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	5	4	4	35
27	5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	5	4	5	4	5	4	4	35	5	3	5	5	5	5	5	4	37	5	4	5	5	4	4	4	36
28	5	5	1	5	4	3	3	5	31	4	5	3	3	5	5	5	3	33	1	1	3	5	3	3	5	3	24	5	5	4	1	1	1	3	23
29	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	4	4	4	4	5	36	3	4	3	5	4	5	4	5	33	5	4	4	4	5	3	3	31
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40
31	3	5	3	4	4	3	4	5	31	4	3	4	3	3	3	3	3	26	2	4	2	5	2	3	3	3	24	2	3	3	3	3	3	3	23
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40
34	4	5	3	5	5	4	4	5	35	4	4	4	4	5	4	4	4	33	5	5	3	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	4	5	34
35	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4	4	5	5	5	5	4	4	36	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	4	4	4	5	5	35
36	5	5	3	5	5	3	4	3	33	4	4	3	3	3	3	3	3	26	4	4	4	4	3	1	4	3	27	3	3	3	3	3	3	3	24
37	5	5	3	4	5	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
40	3	5	1	5	4	5	5	5	33	4	4	3	3	5	4	4	3	30	4	5	3	3	3	3	3	2	26	4	5	4	5	3	4	3	31
41	3	5	3	3	4	3	4	3	28	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	3	3	5	3	3	26	4	4	3	3	2	4	3	25
42	3	5	5	5	5	5	5	5	38	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	3	4	5	5	5	35
43	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	5	5	5	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	3	24
44	5	4	4	4	4	3	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	3	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	31
45	5	5	3	4	5	4	4	5	35	5	4	3	3	4	3	5	4	31	1	5	3	5	4	4	3	3	28	3	4	5	2	3	3	4	28
46	5	5	4	4	3	4	3	3	31	3	4	3	4	5	4	4	3	30	5	5	4	3	5	5	4	3	34	4	4	4	3	3	3	3	28
47	4	5	4	5	4	5	5	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	4	4	4	31
48	4	5	3	4	4	3	4	3	30	3	4	3	3	3	4	4	4	28	4	3	3	3	3	4	4	4	28	3	3	3	3	3	3	3	25
49	5	5	4	4	5	4	4	4	35	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	29
50	5	5	3	4	5	4	4	4	34	3	4	4	3	4	4	4	5	31	5	4	3	4	3	4	3	4	30	4	5	5	4	4	3	4	34
51	4	5	3	4	4	3	4	4	31	4	4	3	3	5	3	3	3	28	3	5	3	4	3	5	4	4	31	4	4	4	3	3	3	3	28

52	5	4	3	4	5	3	3	3	30	4	4	3	3	5	3	4	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	4	39
54	5	5	3	5	5	3	4	5	35	4	4	4	3	5	5	5	4	34	3	4	3	5	4	5	5	5	34	3	5	4	4	4	3	4	4	31
55	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	31
56	4	5	4	4	4	3	3	4	31	4	4	3	4	4	3	5	2	29	4	3	3	4	3	4	4	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	4	5	3	4	4	4	4	4	32	4	5	5	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	4	39
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	5	5	4	4	4	4	4	4	34	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	3	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	3	3	3	3	5	5	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	3	3	3	5	3	4	31
63	4	5	3	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	3	3	4	3	29	4	4	3	4	3	3	3	4	28	3	4	4	3	4	4	4	3	29
64	5	5	5	4	5	5	4	5	38	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	4	4	5	5	4	37	4	5	3	5	5	4	5	4	35
65	5	5	4	4	4	4	4	5	35	3	4	4	3	3	4	3	4	28	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	4	4	4	4	4	3	31
66	4	5	3	4	4	3	3	4	30	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	3	3	5	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
67	5	5	4	5	5	5	5	4	38	5	5	5	4	4	3	5	5	36	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	4	5	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	31
69	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	3	3	3	3	3	26	4	3	3	4	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	5	5	3	4	4	3	3	4	31	4	2	2	3	4	4	3	4	26	4	4	3	4	3	3	2	3	26	4	4	4	3	3	2	3	3	26
71	4	5	3	4	3	3	4	4	30	3	3	4	3	3	4	4	5	29	5	5	3	5	3	3	3	3	30	4	3	3	4	4	3	5	3	29
72	5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	2	4	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	3	31
73	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	31
74	5	5	5	5	4	5	5	4	38	3	5	4	4	3	3	3	3	28	5	5	3	5	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
75	5	5	4	3	5	4	4	5	35	4	4	4	4	5	4	4	5	34	3	3	4	4	4	5	4	4	31	4	4	4	3	4	4	3	3	29
76	4	3	5	3	3	3	4	3	28	4	4	4	4	3	3	3	4	29	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
77	5	3	3	4	4	3	3	3	28	4	4	4	3	4	4	4	4	31	3	3	4	4	2	4	3	3	26	3	3	4	3	4	3	3	3	26
78	5	4	3	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32

79	4	5	4	4	4	4	4	4	33	3	3	4	3	3	3	3	4	26	4	4	5	5	3	3	3	3	30	3	3	3	4	3	3	3	3	25
80	5	4	3	5	4	4	3	3	31	4	4	4	4	4	3	3	4	30	3	5	4	4	3	5	4	3	31	3	3	5	3	3	3	3	3	26
81	5	5	4	5	5	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	31
82	5	5	5	4	5	3	5	4	36	4	5	4	4	4	5	5	5	36	5	4	4	5	4	5	5	5	37	4	4	5	4	4	4	4	5	34
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	4	5	4	4	4	4	5	35
84	5	5	3	5	5	2	2	3	30	3	3	4	3	3	3	3	4	26	4	5	4	5	2	3	2	2	27	3	4	4	4	3	3	2	2	25
85	5	5	4	5	4	4	4	4	35	4	4	4	4	3	4	3	4	30	3	4	4	5	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	3	4	4	31
86	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	3	4	4	3	3	4	4	29	3	3	1	4	3	4	3	3	24	3	3	4	3	3	3	3	3	25
87	5	5	5	4	4	5	5	5	38	4	5	5	4	4	5	5	4	36	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	4	4	4	5	5	5	5	36
88	4	5	3	4	5	3	4	3	31	4	5	3	3	3	3	3	3	27	3	3	4	5	3	5	2	2	27	3	4	4	2	2	1	3	4	23
89	5	4	3	4	5	3	4	4	32	4	3	4	3	4	3	4	3	28	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	5	5	4	4	5	3	4	5	35	3	4	3	3	4	4	4	3	28	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	3	3	5	5	5	36
91	4	5	4	4	4	4	3	4	32	3	3	4	3	4	4	4	3	28	3	3	3	4	2	2	4	3	24	3	4	4	2	3	2	3	2	23
92	5	3	4	5	4	5	5	5	36	4	5	5	4	4	5	5	4	36	4	5	5	5	4	4	5	5	37	5	4	5	4	5	4	5	4	36
93	4	5	3	4	4	3	4	4	31	4	4	3	4	3	3	3	3	27	2	2	3	4	3	4	3	3	24	3	3	3	2	3	3	3	3	23
94	4	5	3	4	3	3	3	3	28	3	3	3	3	4	3	3	4	26	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	2	3	3	3	3	23
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	5	4	5	5	4	4	4	4	35	5	4	5	4	4	5	4	4	35	4	4	4	3	5	4	4	3	31	4	4	5	4	5	4	5	3	34
98	5	5	3	4	4	3	3	3	30	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	4	3	3	3	3	3	26
99	5	5	4	4	4	4	4	5	35	4	4	3	3	4	4	4	4	30	3	4	4	5	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	3	4	4	29
100	5	5	3	4	4	5	4	3	33	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	3	4	4	4	29
101	5	5	3	3	5	3	3	1	28	3	5	3	3	4	3	3	5	29	5	5	5	5	3	3	3	3	32	3	3	3	5	4	1	3	4	26
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
103	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	3	3	3	3	4	27	5	3	4	5	2	4	2	3	28	3	3	5	3	3	4	4	3	28
104	3	5	4	4	5	4	5	4	34	4	4	4	3	3	3	3	4	28	3	3	5	5	4	5	3	3	31	2	3	5	3	4	3	3	3	26
105	5	5	5	5	5	3	4	4	36	4	4	5	4	5	4	4	4	34	3	4	3	4	5	5	5	4	33	4	5	4	4	4	4	4	5	34

106	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
107	5	5	3	4	4	2	4	1	28	3	4	5	1	3	4	4	2	26	4	1	4	4	5	5	4	3	30	4	2	3	4	4	5	3	3	28
108	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
109	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	4	3	3	5	35
110	4	4	3	5	4	3	4	5	32	3	3	3	3	4	4	4	3	27	4	3	4	4	4	5	3	3	30	3	4	4	4	4	3	3	4	29
111	5	5	3	5	4	4	5	5	36	4	5	5	5	5	5	5	5	39	3	2	5	5	5	3	5	5	33	4	5	5	3	4	5	5	5	36
112	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
113	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
114	5	5	3	4	5	3	4	4	33	3	4	3	3	3	3	4	4	27	5	4	5	5	4	5	5	4	37	4	3	4	4	4	3	3	4	29
115	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	4	39
116	4	5	4	5	5	4	3	5	35	3	4	4	3	5	5	5	5	34	5	4	3	5	5	5	5	5	37	5	4	4	3	3	3	3	3	28
117	5	5	5	5	5	4	3	4	36	4	5	4	4	4	4	5	5	35	3	4	4	4	4	5	4	5	33	4	4	5	5	4	5	4	5	36
118	5	4	3	5	5	3	3	2	30	3	4	3	2	5	3	3	3	26	3	5	1	5	3	3	3	3	26	3	3	5	3	3	3	2	4	26
119	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4	5	5	4	5	5	5	4	37	5	4	4	5	5	4	5	4	36
120	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	5	4	5	4	3	4	4	33	5	5	4	4	4	3	3	4	32
121	5	5	3	4	5	4	4	4	34	4	4	3	3	4	4	4	4	30	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	3	4	4	31



Lampiran 3: Data Interval

1	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
2	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
3	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 6	3, 43 8	4, 59 5	31, 862	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
4	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
5	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	2, 31 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	31, 737	3, 36 1	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	33, 333	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
6	3, 43 7	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	24, 939	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	8, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	4, 47 8	3, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 9	3, 22 9	25, 111	3, 38 8	3, 65 1	2, 22 3	90, 81	52, 52	62, 95	32, 95	28, 185	
7	1, 99 5	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	3, 99 9	4, 51 3	3, 46 1	3, 38 9	28, 563	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	8, 89 7	1, 00 0	1, 00 0	3, 43 8	3, 33 7	21, 917	4, 54 8	2, 30 2	2, 47 6	3, 54 7	2, 19 0	2, 47 7	3, 05 7	3, 33 6	24, 932	4, 66 1	4, 65 1	3, 49 8	3, 90 8	98, 98	52, 52	62, 62	06, 06	31, 929
8	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	28, 982	2, 31 3	4, 69 7	4, 86 6	3, 04 1	3, 38 7	3, 40 0	3, 43 8	3, 33 7	26, 889	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 9	3, 33 6	31, 125	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 90 8	98, 98	52, 52	62, 95	32, 95	33, 077
9	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
10	1, 00 0	2, 61 0	3, 58 3	1, 00 0	2, 50 5	1, 00 0	3, 46 1	3, 38 9	18, 239	1, 00 0	2, 01 9	3, 64 1	8, 89 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	2, 21 9	15, 776	3, 36 1	3, 27 5	4, 58 0	2, 20 5	2, 19 0	2, 47 7	2, 11 3	2, 25 3	19, 453	2, 39 7	2, 45 8	2, 22 3	86, 71	52, 52	54, 54	95, 95	21, 679	
11	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	2, 49 7	3, 99 9	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	31, 259	2, 31 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	2, 16 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	28, 044	3, 36 1	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 05 7	3, 22 9	31, 083	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 90 8	98, 98	52, 52	62, 62	86, 86	33, 125
12	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	4, 06 8	37, 498
13	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	31, 616	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	2, 39 7	3, 27 5	4, 64 4	3, 54 7	2, 19 0	4, 53 5	4, 20 0	4, 25 3	27, 041	2, 39 7	4, 91 7	3, 49 8	5, 86 4	98, 98	60, 60	71, 71	06, 06	33, 050
14	3, 43 7	4, 12 5	4, 50 4	2, 49 7	3, 99 9	3, 32 9	3, 46 1	3, 38 9	27, 742	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	8, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	4, 59 5	24, 273	3, 36 1	3, 27 5	4, 47 6	1, 20 0	2, 19 0	3, 36 7	2, 11 3	2, 25 3	20, 034	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	90, 81	52, 52	62, 62	95, 95	28, 185	

	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38		3, 65	3, 29	3, 64	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	1, 00	3, 13	4, 53	4, 20	4, 33		4, 66	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	4, 60	4, 71	3, 95		
15	7	5	6	7	9	3	6	9	33, 912	3	1	1	7	0	6	0	7	23, 215	3, 36	3, 27	3, 47	0	9	5	0	6	27, 324	1	1	3	2, 22	3, 90	3, 81	2	2	4	31, 520
	3, 43	2, 61	2, 50	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	2, 05		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	1, 00	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	3, 27	1, 58	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22		2, 39	3, 65	2, 22	2, 86	3, 81	3, 52	3, 62	2, 86		
16	7	0	4	7	5	9	1	9	22, 402	3	1	1	7	0	6	0	7	21, 855	3, 36	3, 27	1, 58	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22	23, 213	7	1	3	2, 86	3, 81	2	9	5	24, 961	
	3, 43	1, 00	2, 50	3, 96	3, 99	2, 26	4, 78	3, 08		2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	2, 16	1, 00	1, 00	2, 21		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	2, 19	4, 53	3, 05	3, 22		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	2, 52	3, 62	2, 86		
17	7	0	4	7	9	1	6	0	25, 035	3	1	7	7	0	0	0	9	17, 238	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	2, 19	5, 05	4, 05	25, 330	7	7	8	0	0	4	0	9	5	20, 446	
	1, 99	2, 61	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08		2, 31	4, 69	3, 64	3, 89	3, 38	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	4, 53	4, 20	22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95		
18	5	0	3	7	5	9	1	0	23, 060	3	7	1	7	0	6	0	7	25, 641	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	4, 53	4, 20	22	27, 423	8	1	3	2, 90	3, 81	2	9	5	28, 185	
	3, 43	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	4, 38		2, 31	4, 69	3, 64	2, 75	2, 16	2, 18	3, 43	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	3, 54	3, 13	4, 53	3, 05	3, 22		4, 66	3, 65	2, 22	5, 04	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95		
19	7	5	4	7	5	9	1	9	26, 248	3	7	1	7	0	6	8	7	24, 529	3, 36	3, 27	3, 47	3, 54	3, 13	4, 53	3, 05	3, 22	27, 621	1	1	3	2, 86	3, 81	2	9	5	30, 498	
	3, 43	4, 12	4, 69	1, 00	2, 50	2, 26	2, 26	3, 08		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95		
20	7	5	6	0	5	1	0	0	23, 365	3	1	1	7	0	6	0	7	23, 015	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22	25, 111	8	1	3	2, 90	3, 81	2	9	5	28, 185	
	1, 00	1, 79	2, 50	2, 49	2, 50	3, 26	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	1, 00	1, 00	1, 00	3, 33		3, 36	3, 27	2, 47	2, 20	2, 19	3, 36	2, 11	2, 25		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	1, 54	2, 54	2, 86		
21	0	3	4	7	5	1	1	0	19, 102	3	1	7	7	0	0	0	7	17, 195	3, 36	3, 27	2, 47	2, 20	2, 19	3, 36	2, 11	2, 25	21, 239	7	8	0	2, 86	2, 71	1, 54	2, 54	2, 86	18, 387	
	3, 43	2, 61	3, 58	3, 96	3, 99	4, 51	3, 46	3, 08		3, 31	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33		3, 48	4, 91	3, 49	3, 90	3, 81	4, 60	4, 71	3, 95		
22	7	0	3	7	9	3	1	0	28, 650	3	7	6	8	0	0	8	7	31, 818	3, 36	3, 27	3, 47	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33	30, 954	8	7	8	3, 90	3, 81	2	2	4	32, 889	
	1, 99	2, 61	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	2, 30	3, 47	2, 20	2, 19	3, 36	3, 05	3, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95		
23	5	0	3	7	5	9	1	0	23, 060	3	1	1	7	0	6	0	7	23, 015	3, 36	2, 30	3, 47	2, 20	2, 19	3, 36	3, 05	3, 22	23, 188	8	1	3	2, 86	3, 81	2	9	5	28, 185	
	1, 99	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	3, 32	4, 78	4, 38		3, 31	4, 69	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	3, 43	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	4, 53	2, 11	4, 33		3, 48	3, 65	3, 49	2, 86	3, 81	2	2	2, 86		
24	5	5	6	7	9	9	6	9	31, 288	3	7	1	7	0	6	8	7	27, 008	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	4, 53	2, 11	4, 33	26, 442	8	1	8	3, 90	3, 81	2	9	7	25, 252	
	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	3, 99	3, 32	3, 26	4, 38		3, 31	3, 29	3, 64	3, 75	1, 00	1, 00	1, 00	2, 21		3, 36	2, 30	4, 64	3, 54	1, 40	4, 53	1, 00	1, 00		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86		
25	7	5	3	7	9	9	0	9	27, 620	3	1	1	7	0	0	0	9	18, 562	3, 36	3, 27	4, 64	3, 54	1, 40	4, 53	1, 00	1, 00	21, 389	7	8	0	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86	19, 368	
	3, 43	4, 12	3, 58	3, 96	2, 50	3, 32	3, 46	4, 38		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	4, 59		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	22		4, 66	4, 91	2, 22	3, 90	4, 98	3, 52	3, 62	3, 95		
26	7	5	3	7	5	9	1	9	28, 796	3	1	1	7	0	6	0	5	24, 273	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	22	25, 111	1	7	3	2, 90	3, 98	2	9	5	31, 801	
	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	4, 78	4, 38		2, 31	4, 69	3, 64	5, 04	2, 16	3, 40	2, 19	3, 33		4, 54	2, 30	4, 64	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	22		4, 66	3, 65	3, 49	5, 04	3, 81	3, 52	3, 62	5, 06		
27	7	5	3	7	5	9	6	9	28, 651	3	7	1	8	0	0	0	7	26, 786	4, 54	2, 30	4, 64	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	22	31, 227	1	1	8	2, 86	3, 81	2	9	5	32, 892	
	3, 43	4, 12	1, 00	3, 96	2, 50	2, 26	2, 26	4, 38		2, 31	4, 69	2, 49	2, 75	3, 38	3, 40	3, 43	2, 21		1, 00	1, 00	2, 47	3, 54	2, 19	2, 47	4, 20	2, 25		4, 66	4, 91	2, 22	1, 00	1, 00	1, 00	2, 54	2, 86		
28	7	5	0	7	5	1	0	9	23, 944	3	7	7	7	0	0	8	9	24, 701	1, 00	1, 00	2, 47	3, 54	2, 19	2, 47	4, 20	2, 25	19, 143	1	7	3	0	0	0	0	7	20, 210	

29	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	31, 616	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	4, 59 5	28, 244	2, 39 7	3, 27 5	2, 47 6	3, 54 7	3, 13 9	4, 53 5	3, 05 7	4, 33 6	26, 761	4, 66 1	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	4, 98 9	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	27, 370
30	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 8	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	5, 06 8	37, 498
31	1, 00 0	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	2, 26 1	3, 46 1	4, 38 9	22, 743	2, 31 3	2, 01 9	3, 64 1	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	2, 21 9	15, 950	1, 58 0	3, 27 5	1, 58 0	3, 54 7	1, 00 0	2, 47 7	2, 11 3	2, 25 3	17, 824	1, 00 0	2, 45 8	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	17, 972
32	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 8	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	5, 06 8	37, 498
33	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 8	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	5, 06 8	37, 498
34	1, 99 5	4, 12 5	2, 50 4	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	3, 46 1	4, 38 9	27, 771	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	3, 38 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	24, 235	4, 54 8	4, 48 8	2, 47 6	2, 20 5	3, 13 9	4, 53 5	3, 05 7	3, 22 9	27, 677	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	4, 71 4	5, 06 8	30, 392
35	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	4, 51 3	3, 46 1	3, 08 0	27, 201	2, 31 3	3, 29 1	4, 86 8	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	2, 19 0	3, 33 7	27, 825	4, 54 8	4, 48 8	3, 47 8	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	33, 353	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	4, 81 2	4, 60 2	4, 71 4	5, 06 8	31, 465
36	3, 43 7	4, 12 5	2, 50 4	3, 96 7	3, 99 9	2, 26 1	3, 46 1	2, 05 9	25, 814	2, 31 3	3, 29 1	2, 49 7	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	2, 21 9	16, 078	3, 36 1	3, 27 5	4, 37 8	3, 20 5	2, 19 0	1, 00 0	3, 05 7	2, 25 3	20, 818	2, 39 7	3, 45 8	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	19, 368
37	3, 43 7	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	3, 99 9	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	26, 433	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	3, 20 5	3, 13 9	3, 36 5	3, 05 7	3, 22 9	25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	4, 81 2	4, 52 9	4, 62 5	4, 95 0	28, 185
38	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 8	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	5, 06 8	37, 498
39	1, 99 5	2, 61 0	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	23, 060	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	4, 37 8	3, 20 5	3, 13 9	3, 36 5	3, 05 7	3, 22 9	25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	4, 81 2	4, 52 9	4, 62 5	4, 95 0	28, 185
40	1, 00 0	4, 12 5	1, 00 0	3, 96 7	2, 50 5	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	26, 285	2, 31 3	3, 29 1	2, 49 7	2, 75 7	3, 38 0	2, 18 6	2, 19 0	2, 21 9	20, 834	3, 36 1	4, 48 8	2, 47 6	1, 00 0	2, 19 7	2, 47 3	2, 11 3	1, 00 0	19, 104	3, 48 8	4, 91 7	2, 22 3	5, 04 8	2, 71 0	3, 52 9	4, 54 7	2, 86 2	27, 324
41	1, 00 0	4, 12 5	2, 50 4	1, 00 0	2, 50 5	2, 26 1	3, 46 1	2, 05 9	18, 916	1, 00 0	3, 29 1	2, 49 7	2, 75 7	1, 00 0	2, 18 6	2, 19 0	2, 21 9	15, 950	2, 39 7	2, 30 2	4, 27 6	1, 00 0	2, 19 5	4, 53 3	2, 11 3	2, 25 3	19, 265	3, 48 8	3, 65 1	1, 00 0	2, 86 4	1, 58 5	3, 52 9	4, 54 7	2, 66 3	20, 323
42	1, 00 0	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	31, 476	3, 65 3	3, 29 1	4, 86 8	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	31, 671	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	3, 48 8	3, 65 1	1, 00 0	3, 90 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	5, 06 8	31, 420

	3, 43	2, 61	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	4, 48	4, 64	3, 54	2, 19	2, 47	2, 11	2, 25		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86	19, 368
43	7	0	3	7	5	9	1	0	24, 502	3	1	7	7	0	6	0	7	731	1	8	4	7	0	7	3	3	25, 073	7	8	0	4	0	9	7	2	368
	3, 43	2, 61	3, 58	2, 49	2, 50	2, 26	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		2, 39	2, 30	2, 47	2, 20	2, 19	2, 47	3, 05	3, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	2, 81	2, 52	2, 62	2, 86	27, 097
44	7	0	3	7	5	1	1	0	23, 434	3	1	1	7	0	6	0	7	23, 015	7	2	6	5	0	7	7	9	20, 333	8	1	3	8	2	9	5	2	097
	3, 43	4, 12	2, 50	2, 49	3, 99	3, 32	3, 46	4, 38		3, 65	3, 29	2, 49	2, 75	2, 16	2, 00	3, 43	3, 33		1, 00	4, 48	2, 47	3, 54	3, 13	3, 36	2, 11	2, 25		2, 39	3, 65	3, 49	1, 79	2, 71	2, 52	3, 62	3, 95	24, 153
45	7	5	4	7	9	9	1	9	27, 742	3	1	7	7	0	0	8	7	22, 133	0	8	6	7	9	7	3	3	22, 382	7	1	8	3	0	9	5	0	153
	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	1, 00	3, 32	2, 26	2, 05		1, 00	3, 29	2, 49	3, 89	3, 38	2, 18	2, 19	2, 21		4, 54	4, 48	3, 47	1, 00	4, 22	4, 53	3, 05	2, 25		3, 48	3, 65	2, 22	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	3, 95	23, 963
46	7	5	3	7	0	9	0	9	22, 290	0	1	7	7	0	6	0	9	20, 660	8	8	8	0	2	5	7	3	27, 580	8	1	3	4	0	9	7	0	963
	1, 99	4, 12	3, 58	3, 96	2, 50	4, 51	4, 78	3, 08		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		2, 39	2, 30	2, 47	1, 00	2, 19	2, 47	2, 11	2, 25		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	2, 86	27, 097
47	5	5	3	7	5	3	6	0	28, 555	3	1	1	7	0	6	0	7	23, 015	7	2	6	0	0	7	3	3	17, 207	8	1	3	8	2	9	5	2	097
	1, 99	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	2, 26	3, 46	2, 05		1, 00	3, 29	2, 49	2, 75	1, 00	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	2, 30	2, 47	1, 00	2, 19	3, 36	3, 05	2, 22		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	3, 95	20, 456
48	5	5	4	7	5	1	1	9	21, 408	0	1	7	7	0	6	0	7	18, 258	1	2	6	0	0	7	7	9	20, 981	7	8	0	4	0	9	7	0	456
	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	3, 99	3, 32	3, 46	3, 08		2, 31	4, 69	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	2, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	1, 00	25, 235
49	7	5	3	7	9	9	1	0	27, 512	3	7	1	7	0	6	0	7	24, 421	1	5	8	5	9	7	7	9	25, 111	8	1	3	8	2	9	5	0	235
	3, 43	4, 12	2, 50	2, 49	3, 99	3, 32	3, 46	3, 08		1, 00	3, 29	3, 64	3, 75	2, 16	2, 18	2, 19	2, 59		4, 54	3, 27	2, 47	2, 20	2, 19	3, 36	2, 11	2, 22		3, 48	4, 91	3, 49	3, 90	3, 81	2, 52	2, 62	5, 06	30, 845
50	7	5	4	7	9	9	1	0	26, 433	0	1	1	7	0	6	0	5	21, 820	8	5	6	5	0	7	3	9	23, 402	8	7	8	8	2	9	5	8	845
	1, 99	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	2, 26	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	3, 38	1, 00	1, 00	2, 21		2, 39	4, 48	2, 47	2, 20	2, 19	2, 53	3, 05	2, 22		3, 48	3, 65	2, 22	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	3, 95	23, 963
51	5	5	4	7	5	1	1	0	22, 430	3	1	7	7	0	0	0	9	18, 458	7	8	6	5	0	5	7	9	24, 577	8	1	3	4	0	9	7	0	963
	3, 43	2, 61	2, 50	2, 49	3, 99	2, 26	2, 26	2, 05		2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	3, 38	1, 00	2, 19	2, 21		2, 39	2, 30	2, 47	1, 00	2, 19	2, 47	2, 11	2, 25		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86	19, 368
52	7	0	4	7	9	1	0	9	21, 627	3	1	7	7	0	0	0	9	19, 648	7	2	6	0	0	7	3	3	17, 207	7	8	0	4	0	9	7	2	368
	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38		3, 65	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59		4, 54	4, 48	4, 64	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33		4, 66	4, 91	3, 49	5, 04	4, 98	4, 60	4, 71	3, 95	36, 380
53	7	5	6	7	9	3	6	9	33, 912	3	7	6	8	0	0	8	5	33, 077	8	8	4	7	2	5	0	6	34, 520	1	7	8	8	9	2	4	0	380
	3, 43	4, 12	2, 50	3, 96	3, 99	2, 26	3, 46	3, 38		2, 31	3, 29	3, 64	2, 75	3, 38	3, 40	3, 43	3, 33		2, 39	3, 27	2, 47	3, 54	3, 13	4, 53	4, 20	4, 33		2, 39	4, 91	2, 22	3, 90	3, 81	2, 52	3, 62	3, 95	27, 360
54	7	5	4	7	9	1	1	9	28, 144	3	1	1	7	0	0	8	7	25, 557	7	5	6	7	9	5	0	6	27, 905	7	7	3	8	2	9	5	0	360
	1, 99	2, 61	3, 58	2, 49	3, 99	3, 32	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 59		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	2, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	2, 86	27, 097
55	5	0	3	7	9	9	1	0	24, 555	3	1	1	7	0	6	0	5	24, 273	1	5	8	5	9	7	7	9	25, 111	8	1	3	8	2	9	5	2	097
	1, 99	4, 12	3, 58	2, 49	2, 50	2, 26	2, 26	3, 08		2, 31	3, 29	2, 49	3, 89	2, 16	1, 00	3, 43	1, 00		3, 36	2, 30	2, 47	2, 20	2, 19	3, 36	3, 05	2, 25		2, 39	2, 45	1, 00	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86	19, 368
56	5	5	3	7	5	1	0	0	22, 307	3	1	7	7	0	0	8	0	19, 596	1	2	6	5	0	7	7	3	21, 209	7	8	0	4	0	9	7	2	368

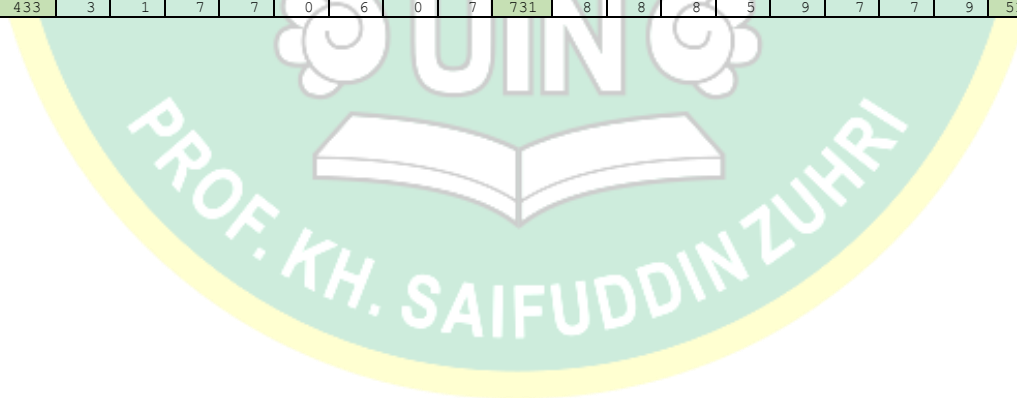
57	1, 99 5	2, 61 0	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	23, 060	2, 31 3	4, 69 7	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	24, 421	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	4, 53 5	3, 05 7	3, 22 9	26, 279	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 95 0	28, 185
58	1, 99 5	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	23, 498	2, 31 3	4, 69 7	4, 86 6	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	25, 646	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 5	3, 05 7	3, 22 9	25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 95 0	28, 185
59	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	33, 077	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	3, 95 0	36, 380
60	1, 99 5	2, 61 0	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	23, 060	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 7	22, 79	25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 95 0	28, 185
61	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	26, 017	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	26, 986	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	2, 11 3	22, 9	23, 277	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 95 0	28, 185
62	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	31, 616	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	3, 43 8	4, 59 5	23, 637	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	4, 33 6	34, 520	4, 66 1	4, 91 7	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	4, 60 2	5, 54 7	3, 95 0	27, 252
63	1, 99 5	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	4, 78 6	3, 08 0	24, 823	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	1, 00 0	1, 00 0	2, 19 0	2, 21 9	19, 552	3, 36 1	3, 27 5	2, 47 8	2, 20 5	2, 19 0	2, 47 7	2, 11 3	22, 9	21, 326	2, 39 7	3, 65 1	2, 22 3	3, 86 4	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 86 2	24, 961
64	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	4, 99 7	3, 51 3	4, 78 6	3, 46 1	4, 38 9	31, 117	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	3, 89 7	3, 38 0	3, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	31, 926	4, 54 8	4, 48 8	4, 64 4	2, 54 7	3, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	22, 9	30, 989	3, 66 8	4, 91 7	1, 00 0	5, 04 8	4, 98 9	3, 52 9	4, 71 4	3, 95 0	31, 635
65	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	4, 38 9	27, 326	1, 00 0	3, 29 1	3, 64 1	2, 75 7	1, 00 0	2, 18 6	1, 00 0	3, 33 7	18, 212	4, 54 8	4, 48 8	3, 47 8	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	33, 6	33, 353	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 86 2	27, 097
66	1, 99 5	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	2, 26 1	2, 26 0	3, 08 0	21, 229	2, 31 3	3, 29 1	2, 49 7	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	2, 21 9	16, 078	2, 39 7	2, 30 2	3, 47 8	1, 00 0	2, 19 0	4, 53 5	2, 11 3	25, 3	20, 267	2, 39 7	2, 45 8	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	3, 86 2	19, 368
67	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	31, 490	3, 65 3	4, 69 7	4, 86 6	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	3, 43 8	4, 59 5	28, 306	4, 54 8	3, 27 5	4, 64 4	3, 54 7	4, 22 2	4, 53 5	4, 20 0	33, 6	33, 307	4, 66 1	4, 91 7	3, 49 8	5, 04 8	4, 98 9	4, 60 2	4, 71 4	3, 95 0	36, 380
68	1, 99 5	2, 61 0	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	23, 060	2, 31 3	3, 29 1	4, 64 6	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	28, 206	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 7	22, 9	25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	3, 86 2	27, 097
69	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 08 0	26, 017	2, 31 3	3, 29 1	2, 49 7	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	2, 21 9	16, 078	3, 36 1	2, 30 2	4, 47 8	2, 20 5	2, 19 0	4, 53 5	2, 11 3	25, 3	19, 376	2, 39 7	2, 45 8	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	3, 86 2	19, 368
70	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	2, 26 1	2, 26 0	3, 08 0	22, 670	2, 31 3	1, 00 0	1, 00 0	2, 75 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	15, 753	3, 36 1	3, 27 5	2, 47 8	2, 20 5	2, 19 0	2, 47 7	1, 00 0	25, 3	19, 237	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	2, 86 4	2, 71 0	1, 54 8	2, 54 7	3, 86 2	21, 893

	1, 99 5	4, 12 5	2, 50 4	2, 49 7	1, 00 0	2, 26 1	3, 46 1	3, 08 0	20, 925	1, 00 0	2, 01 9	3, 64 1	2, 75 7	1, 00 0	2, 18 6	2, 19 0	4, 59 5	19, 388	4, 54 8	4, 48 8	2, 47 6	3, 54 7	2, 19 0	2, 47 7	2, 11 3	2, 25 3	24, 091	3, 48 8	2, 45 8	1, 00 0	3, 90 8	3, 81 2	2, 52 9	4, 71 4	2, 86 2	24, 772
71	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	28, 651	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	1, 58 0	3, 27 5	2, 47 8	3, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 9	22, 329	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	2, 86 2	27, 097	
72	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	26, 017	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 9	22, 25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	3, 62 5	2, 86 2	27, 097	
73	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	31, 109	1, 00 0	4, 69 7	3, 64 1	3, 89 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	2, 21 9	18, 455	4, 54 8	4, 48 8	2, 47 6	3, 54 7	2, 19 0	2, 47 3	2, 25 3	24, 091	2, 39 7	2, 45 8	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	19, 368	
74	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	1, 00 9	3, 99 9	3, 32 9	4, 46 1	4, 38 9	27, 324	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	3, 18 0	2, 19 6	4, 59 5	25, 493	2, 39 7	3, 30 2	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	4, 53 7	3, 05 9	22, 24, 342	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 86 4	3, 81 2	3, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	24, 976		
75	1, 99 5	1, 79 3	4, 69 6	1, 00 0	1, 26 0	2, 46 1	3, 05 1	2, 05 9	18, 266	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	3, 33 7	19, 480	2, 39 7	2, 30 2	2, 47 6	1, 00 0	2, 19 7	2, 47 3	2, 25 3	17, 207	2, 39 7	2, 45 8	1, 00 0	2, 86 4	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	19, 368	
76	3, 43 7	1, 79 3	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	2, 26 1	2, 26 0	2, 05 9	19, 316	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 75 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	21, 875	2, 39 7	2, 30 2	3, 47 8	2, 20 5	1, 00 0	3, 36 7	2, 11 3	2, 25 3	19, 114	2, 39 7	2, 45 8	2, 22 3	3, 86 4	3, 81 2	3, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	21, 693
77	3, 43 7	2, 61 0	2, 50 4	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 38 0	23, 423	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	2, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 9	22, 23, 159	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	2, 62 5	2, 95 0	28, 185	
78	1, 99 5	4, 12 5	3, 58 3	2, 49 7	2, 50 5	3, 32 9	3, 46 1	3, 38 0	24, 576	1, 00 0	2, 01 9	3, 64 1	3, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	3, 33 7	15, 754	3, 36 1	3, 27 5	4, 64 7	3, 54 0	2, 19 7	2, 47 3	2, 25 3	23, 860	2, 39 7	2, 45 8	1, 00 0	2, 90 8	2, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	20, 412	
79	3, 43 7	2, 61 0	2, 50 4	3, 96 7	2, 50 5	3, 32 9	2, 26 0	2, 05 9	22, 671	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	20, 639	2, 39 7	4, 48 8	3, 47 5	2, 20 5	4, 19 0	3, 53 5	3, 05 7	25, 3	24, 602	2, 39 7	2, 45 8	3, 49 8	2, 86 4	3, 71 0	2, 52 9	2, 54 7	2, 86 2	21, 867
80	3, 43 7	4, 12 5	3, 58 3	3, 96 7	3, 99 9	3, 32 9	4, 78 6	4, 38 9	28, 982	2, 31 3	3, 29 1	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 18 6	2, 19 0	3, 33 7	23, 015	3, 36 1	3, 27 5	3, 47 8	2, 20 5	3, 13 9	3, 36 7	3, 05 9	22, 25, 111	3, 48 8	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	2, 62 5	2, 86 2	27, 097	
81	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	2, 49 7	3, 99 9	2, 26 1	4, 78 6	3, 08 0	28, 882	2, 31 3	4, 69 7	3, 64 1	3, 89 7	2, 16 0	2, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	28, 141	4, 54 8	4, 27 5	3, 47 8	3, 54 0	3, 13 9	4, 53 7	4, 20 0	3, 33 6	31, 058	3, 48 8	3, 65 1	4, 49 8	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	2, 62 5	3, 06 8	30, 578
82	3, 43 7	4, 12 5	4, 69 6	3, 96 7	3, 99 9	4, 51 3	4, 78 6	4, 38 9	33, 912	3, 65 7	4, 69 7	4, 86 6	5, 04 8	2, 16 0	2, 40 0	3, 43 8	4, 59 5	31, 857	4, 54 8	4, 48 6	4, 64 7	3, 54 0	4, 22 5	3, 53 7	4, 05 6	33, 376	4, 66 1	4, 65 1	3, 49 8	3, 90 8	3, 81 2	3, 52 9	2, 62 5	3, 06 8	31, 751	
83	3, 43 7	4, 12 5	2, 50 4	3, 96 7	3, 99 9	1, 00 0	1, 00 0	2, 05 9	22, 092	1, 00 0	2, 01 9	3, 64 1	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	3, 33 7	15, 754	3, 36 1	4, 48 8	3, 47 5	3, 54 0	1, 00 0	2, 47 7	1, 00 0	20, 351	2, 39 7	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	2, 71 0	2, 52 9	1, 00 0	1, 66 3	20, 081	
84	3, 43 7	4, 12 5	2, 50 4	3, 96 7	3, 99 9	1, 00 0	1, 00 0	2, 05 9	22, 092	1, 00 0	2, 01 9	3, 64 1	2, 75 7	1, 00 0	1, 00 0	1, 00 0	3, 33 7	15, 754	3, 36 1	4, 48 8	3, 47 5	3, 54 0	1, 00 0	2, 47 7	1, 00 0	20, 351	2, 39 7	3, 65 1	2, 22 3	3, 90 8	2, 71 0	2, 52 9	1, 00 0	1, 66 3	20, 081	

	3, 43	4, 12	3, 58	3, 96	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	1, 00	2, 18	1, 00	3, 33		2, 39	3, 27	3, 47	3, 54	3, 13	4, 53	3, 05	3, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	2, 52	3, 62	3, 95		
85	7	5	3	7	5	9	1	0	27, 487	3	1	1	7	0	6	0	7	20, 665	7	5	8	7	9	5	7	9	26, 657	8	1	3	8	2	9	5	0	27, 185	
	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38		2, 31	2, 01	3, 64	3, 89	1, 00	1, 00	2, 19	3, 33		2, 39	2, 30	1, 00	2, 20	2, 19	3, 36	2, 11	2, 25		2, 39	2, 45	2, 22	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86		
86	7	5	3	7	9	3	6	9	31, 329	3	9	1	7	0	0	0	7	19, 397	7	2	0	5	0	7	3	3	17, 826	7	8	3	4	0	9	7	2	20, 591	
	3, 43	4, 12	4, 69	2, 49	2, 50	4, 51	4, 78	4, 38		2, 31	4, 69	4, 86	3, 89	2, 16	3, 40	3, 43	3, 33		4, 54	4, 48	4, 64	2, 20	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	4, 98	4, 60	4, 71	5, 06		
87	7	5	6	7	5	3	6	9	30, 948	3	7	6	7	0	0	8	7	28, 108	8	8	4	5	2	5	0	6	33, 179	8	1	3	8	9	2	4	8	32, 643	
	1, 99	4, 12	2, 50	2, 49	3, 99	2, 26	3, 46	2, 05		2, 31	4, 69	2, 49	2, 75	1, 00	1, 00	1, 00	2, 21		2, 39	2, 30	3, 47	3, 54	2, 19	4, 53	1, 00	1, 00		2, 39	3, 65	2, 22	1, 79	1, 58	1, 00	2, 54	3, 95		
88	5	5	4	7	9	1	1	9	22, 903	3	7	7	7	0	0	0	9	17, 484	7	2	8	7	0	5	0	0	20, 448	7	1	3	3	1	0	7	0	19, 141	
	3, 43	2, 61	2, 50	2, 49	3, 99	2, 26	3, 46	3, 08		2, 31	2, 01	3, 64	2, 75	2, 16	1, 00	2, 19	2, 21		2, 39	2, 30	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95		
89	7	0	4	7	9	1	1	0	23, 849	3	9	1	7	0	0	0	9	18, 300	7	2	8	5	9	7	7	9	23, 173	8	1	3	8	2	9	5	0	28, 185	
	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	3, 99	2, 26	3, 46	3, 38		2, 00	3, 29	2, 49	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	2, 21		4, 54	4, 48	4, 64	2, 20	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33		4, 66	4, 91	3, 49	2, 86	2, 71	4, 60	4, 71	5, 06		
90	7	5	3	7	9	1	1	9	27, 753	0	1	7	7	0	6	0	9	18, 300	8	8	4	5	2	5	0	6	33, 179	1	7	8	4	0	2	4	8	33, 035	
	1, 99	4, 12	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	2, 26	3, 08		1, 00	2, 01	3, 64	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	2, 21		2, 39	2, 30	2, 47	2, 20	1, 00	1, 47	3, 05	2, 25		2, 39	3, 65	2, 22	1, 79	2, 71	1, 54	2, 54	1, 66		
91	5	5	3	7	5	9	0	0	23, 375	0	9	1	7	0	6	0	9	18, 172	7	2	6	5	0	7	7	3	17, 166	7	1	3	3	0	8	7	3	18, 532	
	3, 43	1, 79	3, 58	3, 96	2, 50	4, 51	4, 78	4, 38		2, 31	4, 69	4, 86	3, 89	2, 16	3, 40	3, 43	3, 33		3, 36	4, 48	4, 64	3, 54	3, 13	3, 36	3, 20	3, 33		4, 66	3, 65	3, 49	3, 90	4, 98	3, 52	3, 71	3, 95		
92	7	3	3	7	5	3	6	9	28, 972	3	7	6	7	0	0	8	7	28, 108	1	8	4	7	9	7	0	6	31, 082	1	1	8	8	9	9	4	0	32, 900	
	1, 99	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	2, 26	3, 46	3, 08		2, 31	3, 29	2, 49	2, 89	1, 00	1, 00	1, 00	2, 21		1, 58	1, 51	2, 47	2, 20	2, 19	3, 36	2, 11	2, 25		2, 39	2, 45	1, 00	1, 79	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86		
93	5	5	4	7	5	1	1	0	22, 430	3	1	7	7	0	0	0	9	17, 218	0	8	6	5	0	7	3	3	17, 701	7	8	0	0	3	0	9	7	2	18, 298
	1, 99	4, 12	2, 50	2, 49	1, 00	2, 26	2, 26	2, 05		1, 00	2, 01	2, 49	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	2, 21		3, 36	3, 27	2, 47	1, 00	2, 19	2, 47	2, 11	2, 25		2, 39	2, 45	1, 00	1, 79	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86		
94	5	5	4	7	0	1	0	9	18, 702	0	9	7	7	0	0	0	7	15, 769	1	5	6	0	0	7	3	3	19, 144	7	8	0	3	0	9	7	2	18, 298	
	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38		3, 65	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59		4, 54	4, 48	4, 64	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33		4, 66	4, 91	3, 49	5, 04	4, 98	4, 60	4, 71	5, 06		
95	7	5	6	7	9	3	6	9	33, 912	3	7	6	8	0	0	8	5	33, 077	8	8	4	7	2	5	0	6	34, 520	1	7	8	8	9	2	4	8	37, 498	
	1, 99	2, 61	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08		3, 65	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	3, 40	2, 33	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22		3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95		
96	5	0	3	7	5	9	1	0	23, 060	3	1	1	7	0	0	0	7	25, 569	1	5	8	5	9	7	7	9	25, 111	8	1	3	8	2	9	5	0	28, 185	
	3, 43	2, 61	4, 69	3, 96	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08		3, 65	3, 29	4, 86	3, 89	2, 16	3, 40	3, 43	3, 33		3, 36	3, 27	3, 47	1, 00	4, 22	3, 36	3, 05	2, 25		3, 48	3, 65	3, 49	3, 90	4, 98	3, 52	4, 71	2, 86		
97	7	0	6	7	5	9	1	0	27, 085	3	1	6	7	0	0	0	7	26, 794	1	5	8	0	2	7	7	3	24, 011	8	1	8	8	9	9	4	2	30, 639	
	3, 43	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	2, 26	2, 26	2, 05		2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	2, 21		2, 39	2, 30	2, 47	1, 00	2, 19	2, 47	2, 11	2, 25		2, 39	3, 65	2, 22	2, 86	2, 71	2, 52	2, 54	2, 86		
98	7	5	4	7	5	1	0	9	21, 648	3	1	7	7	0	6	0	9	19, 614	7	2	6	0	0	7	3	3	17, 207	7	1	3	4	0	9	7	2	21, 783	

	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	4, 38	27, 326	2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33	20, 731	2, 39	3, 27	3, 47	3, 54	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22	25, 488	3, 48	3, 65	2, 22	2, 86	2, 71	2, 52	3, 62	3, 95	25, 040
99	7	5	3	7	5	9	1	9	3	3	1	7	7	0	6	0	7	7	7	5	8	7	9	7	7	9	9	8	1	3	4	0	9	5	0	040
10 0	3, 43	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	4, 51	3, 46	2, 05	25, 101	1, 00	3, 29	3, 64	3, 89	2, 16	2, 18	2, 19	3, 33	21, 702	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22	25, 111	3, 48	2, 45	2, 22	2, 86	2, 71	2, 52	3, 62	3, 95	24, 847
10 1	3, 43	4, 12	2, 50	1, 00	3, 99	2, 26	2, 26	1, 00	20, 587	1, 00	4, 69	2, 49	2, 75	2, 16	1, 00	1, 00	4, 59	19, 706	4, 54	4, 48	4, 64	3, 54	2, 19	2, 47	2, 11	2, 25	26, 259	2, 39	2, 45	1, 00	5, 04	3, 81	1, 00	2, 54	3, 95	22, 212
10 2	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38	33, 912	3, 65	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59	33, 077	4, 54	4, 48	3, 47	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33	33, 353	4, 66	4, 91	3, 49	5, 04	4, 98	4, 60	4, 71	3, 95	36, 380
10 3	3, 43	4, 12	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08	26, 017	2, 31	3, 29	2, 49	2, 75	1, 00	1, 00	1, 00	3, 33	17, 195	4, 54	2, 30	3, 47	3, 54	1, 00	3, 36	1, 00	2, 25	21, 493	2, 39	2, 45	3, 49	2, 86	2, 71	2, 52	3, 62	2, 86	23, 943
10 4	1, 00	4, 12	3, 58	2, 49	3, 99	3, 32	4, 78	3, 08	26, 400	2, 31	3, 29	3, 64	2, 75	1, 00	1, 00	1, 00	3, 33	18, 340	2, 39	2, 30	4, 64	3, 54	3, 13	4, 53	2, 11	2, 25	24, 929	1, 00	2, 45	3, 49	2, 86	3, 81	2, 52	4, 54	2, 86	21, 571
10 5	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	2, 26	3, 46	3, 08	29, 027	2, 31	3, 29	4, 86	3, 89	3, 38	2, 18	2, 19	3, 33	25, 460	2, 39	3, 27	2, 47	2, 20	4, 22	4, 53	4, 20	4, 22	26, 540	3, 48	4, 91	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	5, 06	30, 569
10 6	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38	33, 912	3, 65	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59	33, 077	4, 54	4, 48	4, 64	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33	34, 520	4, 66	4, 91	3, 49	5, 04	4, 98	4, 60	4, 71	5, 06	37, 498
10 7	3, 43	4, 12	2, 50	2, 49	2, 50	1, 00	3, 46	1, 00	20, 529	1, 00	3, 29	4, 86	1, 00	1, 18	2, 19	2, 20	1, 33	16, 533	3, 36	1, 00	3, 47	2, 20	4, 22	4, 53	3, 05	2, 25	24, 110	3, 48	1, 00	1, 00	3, 90	3, 81	4, 60	4, 54	2, 86	23, 219
10 8	1, 99	2, 61	3, 58	2, 49	2, 50	3, 32	3, 46	3, 08	23, 060	2, 31	3, 29	3, 64	3, 89	1, 00	2, 18	2, 19	3, 33	21, 855	3, 36	3, 27	3, 47	2, 20	3, 13	3, 36	3, 05	3, 22	25, 111	3, 48	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	3, 52	3, 62	3, 95	28, 185
10 9	3, 43	4, 12	3, 58	3, 96	3, 99	3, 32	4, 78	4, 38	31, 616	3, 65	4, 69	4, 86	3, 89	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59	31, 926	4, 54	2, 37	4, 64	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33	33, 307	4, 66	4, 91	3, 49	5, 04	4, 81	2, 52	4, 54	5, 06	32, 081
11 0	1, 99	2, 61	2, 50	3, 96	2, 50	2, 26	3, 46	3, 38	23, 693	1, 00	2, 01	2, 49	2, 75	2, 16	2, 18	2, 19	2, 21	17, 028	3, 36	2, 30	3, 47	2, 20	3, 13	4, 53	2, 11	2, 25	23, 385	2, 39	3, 65	2, 22	3, 90	3, 81	2, 52	2, 54	3, 95	25, 016
11 1	3, 43	4, 12	2, 50	3, 96	2, 50	3, 32	4, 78	4, 38	29, 043	2, 31	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59	31, 737	2, 39	1, 51	4, 64	3, 54	4, 22	4, 47	4, 20	4, 33	27, 341	3, 48	4, 91	3, 49	2, 86	2, 81	2, 60	4, 71	5, 06	32, 964
11 2	3, 43	4, 12	4, 69	3, 96	3, 99	4, 51	4, 78	4, 38	33, 912	3, 65	4, 69	4, 86	5, 04	3, 38	3, 40	3, 43	4, 59	33, 077	4, 54	4, 48	3, 47	3, 54	4, 22	4, 53	4, 20	4, 33	33, 353	4, 66	4, 91	3, 49	5, 04	4, 98	4, 60	4, 71	3, 95	36, 380

11	3,	4,	4,	3,	3,	4,	4,	4,		3,	4,	4,	5,	3,	3,	3,	4,		4,	4,	3,	3,	4,	4,	4,	4,		4,	4,	3,	5,	4,	4,	4,	3,	
43	12	69	96	99	51	78	38	33,	65	69	86	04	38	40	43	59	33,	54	48	47	54	22	53	20	33	33,	66	91	49	04	98	60	71	95	36,	
3	7	5	6	7	9	3	6	9	912	3	7	6	8	0	0	8	5	8	8	8	7	2	5	0	6	353	1	7	8	8	9	2	4	0	380	
11	3,	4,	2,	2,	3,	2,	3,	3,		1,	3,	2,	2,	1,	1,	2,	3,		4,	3,	4,	3,	3,	4,	4,	3,	3,	2,	2,	3,	3,	2,	2,	3,		
43	12	50	49	99	26	46	08	25,	00	29	49	75	00	00	19	33	17,	54	27	64	54	13	53	20	22	31,	48	45	22	90	81	52	54	95	24,	
4	7	5	4	7	9	1	1	0	365	0	1	7	7	0	0	0	7	8	5	4	7	9	5	0	9	118	8	8	3	8	2	9	7	0	916	
11	3,	4,	4,	3,	3,	4,	4,	4,		3,	4,	4,	5,	3,	3,	3,	4,		4,	4,	4,	3,	4,	4,	4,	4,	4,	4,	3,	5,	4,	4,	4,	3,		
43	12	69	96	99	51	78	38	33,	65	69	86	04	38	40	43	59	33,	54	48	64	54	22	53	20	33	34,	66	91	49	04	98	60	71	95	36,	
5	7	5	6	7	9	3	6	9	912	3	7	6	8	0	0	8	5	8	8	4	7	2	5	0	6	520	1	7	8	8	9	2	4	0	380	
11	1,	4,	3,	3,	3,	3,	2,	4,		1,	3,	3,	2,	3,	3,	3,	4,		4,	3,	2,	3,	4,	4,	4,	4,	4,	3,	2,	2,	2,	2,	2,	2,		
99	12	58	96	99	32	26	38	27,	00	29	64	75	38	40	43	59	25,	54	27	47	54	22	53	20	33	31,	66	65	22	86	71	52	54	86	24,	
6	5	5	3	7	9	9	0	9	649	0	1	1	7	0	0	8	5	8	5	6	7	2	5	0	6	139	1	1	3	4	0	9	7	2	048	
11	3,	4,	4,	3,	3,	3,	2,	3,		2,	4,	3,	3,	2,	2,	3,	4,		2,	3,	3,	2,	3,	4,	3,	4,	3,	3,	3,	5,	3,	4,	3,	5,		
43	12	69	96	99	32	26	08	28,	31	69	64	89	16	18	43	59	26,	39	27	47	20	13	53	05	33	26,	48	65	49	04	81	60	62	06	32,	
7	7	5	6	7	9	9	0	0	894	3	7	1	7	0	6	8	5	7	5	8	5	9	5	7	6	422	8	1	8	8	2	2	5	8	792	
11	3,	2,	2,	3,	3,	2,	2,	1,		1,	3,	2,	1,	3,	1,	1,	2,		3,	4,	1,	3,	2,	2,	2,	2,	2,	2,	3,	2,	2,	2,	1,	3,		
43	61	50	96	99	26	26	44	22,	00	29	49	47	38	00	00	21	15,	29	48	00	54	19	47	11	25	20,	39	45	49	86	71	52	00	95	21,	
8	7	0	4	7	9	1	0	6	484	0	1	7	7	0	0	0	9	864	7	8	0	7	0	7	3	3	464	7	8	8	4	0	9	0	0	407
11	3,	4,	4,	3,	3,	4,	4,	4,		3,	4,	4,	5,	3,	3,	2,	4,		3,	4,	4,	2,	4,	4,	4,	3,	4,	3,	2,	5,	4,	3,	4,	3,		
43	12	69	96	99	51	78	38	33,	65	69	86	04	38	40	19	59	31,	36	48	64	20	22	53	20	22	30,	66	65	22	04	98	52	71	95	32,	
9	7	5	6	7	9	3	6	9	912	3	7	6	8	0	0	0	5	829	1	8	4	5	2	5	0	9	885	1	1	3	8	9	9	4	0	764
12	3,	4,	4,	3,	3,	4,	3,	3,		2,	3,	3,	3,	2,	2,	1,	3,		3,	4,	3,	3,	3,	2,	3,	3,	4,	4,	2,	3,	3,	2,	2,	3,		
43	12	69	96	99	51	46	08	31,	31	29	64	89	16	18	00	33	21,	36	48	47	54	13	47	05	22	26,	66	91	22	90	81	52	54	95	28,	
0	7	5	6	7	9	3	1	0	279	3	1	1	7	0	6	0	7	825	1	8	8	7	9	7	7	9	776	1	7	3	8	2	9	7	0	547
12	3,	4,	2,	2,	3,	3,	3,	3,		2,	3,	2,	2,	2,	2,	2,	3,		4,	4,	3,	2,	3,	3,	3,	3,	3,	3,	2,	3,	3,	2,	3,	3,		
43	12	50	49	99	32	46	08	26,	31	29	49	75	16	18	19	33	20,	54	48	47	20	13	36	05	22	27,	48	65	22	90	81	52	62	95	27,	
1	7	5	4	7	9	9	1	0	433	3	1	7	7	0	6	0	7	731	8	8	8	5	9	7	7	9	511	8	1	3	8	2	9	5	0	185



4.2 Hasil Uji Validitas

[illegible]

SEO Marketing	Pearson Correlation	,435**	,410**	,724**	,649**	,609**	,819**	,750**	,721**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121

Correlations										
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	Social Media Marketing
x2.1	Pearson Correlation	1	,575**	,585**	,618**	,469**	,489**	,580**	,530**	,759**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.2	Pearson Correlation	,575**	1	,547**	,568**	,478**	,538**	,606**	,496**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.3	Pearson Correlation	,585**	,547**	1	,711**	,452**	,651**	,581**	,603**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.4	Pearson Correlation	,618**	,568**	,711**	1	,533**	,658**	,576**	,654**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.5	Pearson Correlation	,469**	,478**	,452**	,533**	1	,662**	,614**	,419**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.6	Pearson Correlation	,489**	,538**	,651**	,658**	,662**	1	,693**	,578**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.7	Pearson Correlation	,580**	,606**	,581**	,576**	,614**	,693**	1	,547**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
x2.8	Pearson Correlation	,530**	,496**	,603**	,654**	,419**	,578**	,547**	1	,767**

Keuangan Syariah	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

[illegible]

Masyarakat Muslim	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

4.3 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,801	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,914	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,875	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,920	8

4.4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		121
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,03619788
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,039
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5,210	1,811		-2,877	,005		
	SEO Marketing	,143	,092	,099	1,557	,122	,317	3,152
	Social Media Marketing	,564	,075	,499	7,546	,000	,291	3,441
	Literasi Keuangan Syariah	,408	,065	,389	6,304	,000	,335	2,989

a. Dependent Variable: Minat Masvarakt Muslim

4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,556	1,052		2,429	,017		
	SEO Marketing	,091	,053	,268	1,704	,091	,317	3,152
	Social Media Marketing	-,082	,043	-,310	-1,887	,062	,291	3,441
	Literasi Keuangan Syariah	-,043	,038	-,175	-1,143	,255	,335	2,989

4.7 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,831	1,349		,616	,539
	SEO Marketing	,145	,087	,111	1,673	,097
	Social Media Marketing	,541	,071	,521	7,611	,000
	Literasi Keuangan	,380	,072	,346	5,284	,000
	Syariah					

a. Dependent Variable: Minat Mayarakat muslim

4.8 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3550,600	3	1183,533	206,464	,000 ^b
	Residual	670,691	117	5,732		
	Total	4221,291	120			
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat muslim						
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, SEO Marketing, Social Media Marketing						

4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 ^a	,841	,837	2,39424
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, SEO Marketing, Social Media Marketing				

Lampiran 5: Sertifikat BTA PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp: 0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/19858/13/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA	:	HANUN IHDA ASYHFIA
NIM	:	2017202117

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	75
# Tartil	:	75
# Imla'	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	80

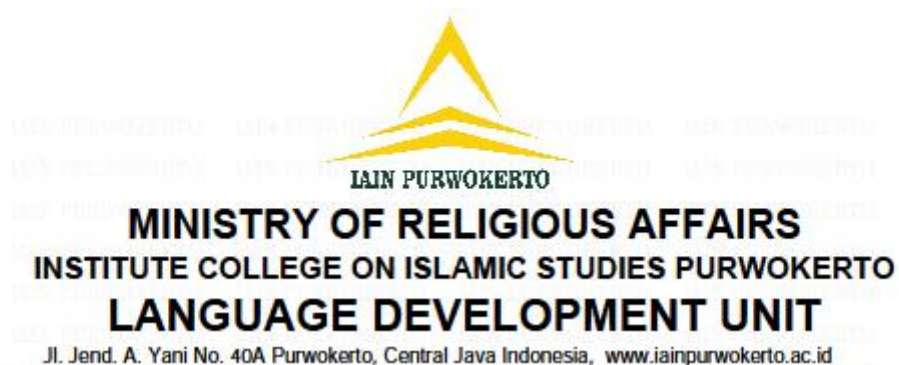


Purwokerto, 13 Sept 2020



ValidationCode

Lampiran 6: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



EPTIP CERTIFICATE

(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/24723/2021

This is to certify that

Name : HANUN IHDA ASYHFIA
Date of Birth : TEGAL, August 30th, 2002

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on August 25th, 2020, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 47
2. Structure and Written Expression : 48
3. Reading Comprehension : 49

Obtained Score : 480



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode



Purwokerto, July 28th, 2021
Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001

Lampiran 7: Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



التميز	
الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢٧/٢٤٧٢٣	
منحت الى	
الاسم	: حنون إحدى أشفيا
المولودة	: بتغال، ٣٠ أغسطس ٢٠٠٢
	الذي حصل على
٥٥ :	فهم المسموع
٥٤ :	فهم العبارات والتراكيب
٥٥ :	فهم المقروء
٥٤٥ :	النتيجة
في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٤ فبراير ٢٠٢١	
بورووكرتو، ٢٨ يوليو ٢٠٢١ رئيس الوحدة لتنمية اللغة،	
الحاج أحمد سعيد، الماجستير رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٢١٠٠١	
	
ValidationCode	

Lampiran 8: Sertifikat KKN



Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0876/K.LPPM/KKN.52/09/2023

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **HANUN IHDA ASYHFIA**
NIM : **2017202117**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-52 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **92 (A)**.



Certificate Validation

Lampiran 9: Sertifikat PBM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281 - 535624, Fax : 0281 - 636553, Website : febi.unsatu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor : 4322/UIN.19/D.FEB/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Hanun Ihda Asy'fifa
NIM : 20172021

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A
Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

H. Soehinry, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 10: Sertifikat PPL



SERTIFIKAT

Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : HANUN IHDA ASYHFA
NIM : 2017202117

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode 1 Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munqasyah/Skripsi.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Jamel Abdul Aziz, M.Ag.
NIP.19730921 200212 1 004



H. Yot Shofwa Shaftrani, SP, M.Si.
NIP.19781231 200607 2 027

Lampiran 11: SKL Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-836624 Fax: 0281-636663; Website: febi.uinhaszu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 920/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Hanun Ihda Asyfhia
NIM : 2017202117
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Safrina Muarrifah, S.E., M.Si.
Judul : Analisis Search Engine Optimization Marketing, Social media Mareketing, dan Literasi Keuangan Sayariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim Pada Bank Syariah(Sudi Kasus Gen Z di Purwokerto)

Pada tanggal 21 Juni 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 21 Juni 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 12: SKL Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-839624 Fax: 0281-636653; Website: febl.uinszu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF Nomor: 882/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Hanun Ihda Asyfhia

NIM : 2017202117

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 14 Mei 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **80 / B+**.

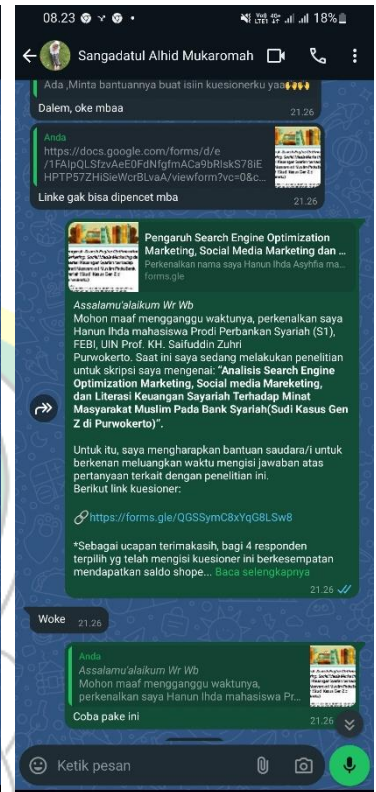
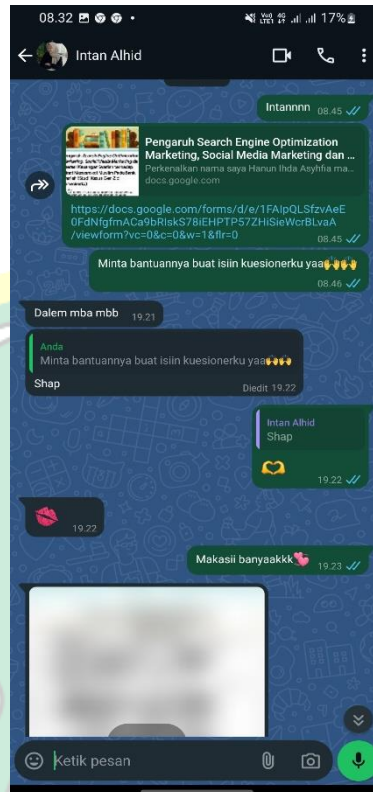
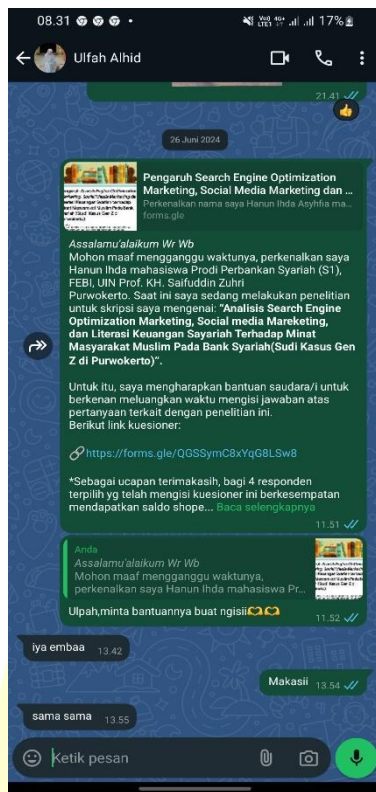
Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 14 Mei 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 13: Bukti Penyebaran kuesioner



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Hanun Ihda Asyhfia
2. NIM : 2017202117
3. Tempat/Tgl. Lahir : Tegal, 30 Agustus 2002
4. Alamat Rumah : Desa Lemahduwur, Adiwerna, Tegal
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Ahmad Sururi
Nama Ibu : Laely Khanifah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Masyitoh Kalimati
 - b. SD/MI, tahun lulus : SD NU 01 Penawaja, lulus 2013
 - c. SMP/MTs, tahun lulus : SMP N 1 Adiwerna, lulus 2016
 - d. SMA/MA, tahun lulus : MAN 1 Tegal, lulus 2020
 - e. S.1 tahun masuk : tahun masuk 2020
2. Pendidikan Non-Formal (jika ada)
 - a. Pondok Pesantren Ma'hadut Tholabah
 - b. Pondok Pesantren Al-Hidayah Karangsucu

Purwokerto, 20 September 2024

Hanun Ihda Asyhfia